微医 医疗健康科技独角兽

微医是国际领先的医疗健康科技平台,由廖杰远及其团队于2010年创建。以"就医不难,健康有道"为使命,微医致力于用科技赋能医疗,驱动"医药保"生态升级,为用户提供"线上+线下、全科+专科"的新型医疗健康服务,成为亿万家庭的健康守门人。



互联网医院业态开创者

全国就医指导与健康咨询平台

连接30个省市2400家医院24万医生,注册用户超过1.6亿

估值超55亿美金,腾讯、复星、友邦保险等领投

获选PitchBook "全球30家最有价值的科技公司"

获选福布斯2018年"中国50家最具创新力企业"



微医旗下品牌:

乌镇互联网医院、微医全科、微医通、微医app、挂号网





的 玉 创 玉

www.boip.com.cn

主办: 北京品源知识产权代理有限公司

总经理 闵桂祥 总编辑 李科朝 编辑委员 王俊会

王 超 闫彦飞 王金华 独家观点

印刷监制 秘伟轩

采编专线 022-2492 5166-8176 18630908265 广告热线 022-2492 5166-8017 订阅热线

022-2492 5166-8017 市场及商务合作 本刊法律顾问 北京市品源律师事务所

《品源资讯》杂志相关媒体







如何联系《品源资讯》杂志

电话: 010-6337 7188 投稿及广告咨询: 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

邮编: 100036 《品源资讯》编辑部



《下一站--梦想》

生活和梦想,就像是在登山,生活就是我们不断攀 登向上时踩在脚下的路, 而梦想就是吸引我们的山峰 上那美丽景色。生活和梦想有时都需要方向和目标, 可有时也会遇到迷茫与彷徨? 当在太阳还来不及挥洒 它那似火的热情, 当我们还未埋头的去倾听属于黑夜 的最后一丝安静, 当我们自认为走到路途的终点, 这时, 停下来,冷静的问问自己: "一路走来,你可安好!"

懂得生活的人都明白,有些事,只能一个人做。有 些关,只能一个人闯。有些路,只能一个人走。而有 梦想的人,即便孤单,即便困难,即便道路崎岖,也 会坚持的走下去,只因梦想中的那一抹美好!

生活中对梦想的追求, 是我们每个人都有过坚持不 懈的执着。有时,经管它遥不可及,触摸不到。但它 却像一盏明灯, 指引着我们人生前进的方向。人生是 要有梦想的,实现与否,顺其自然。但却不能固步自封, 坐井观天,总仰望那一角的蓝天。其实,成长的路途上, 永远都是欢乐与泪水同行,青春与岁月作伴。付出了, 总会有所收获。看蓝天的深邃,看大海的无边,看宇 宙的浩瀚, 相比之下, 生命就像昙花一现, 转瞬即逝。 在这短暂而漫长的时光里, 请用一颗最诚挚的心去聆 听,去成长。张开青春的翅膀,将梦想放飞,翱翔蓝天。 等到我们垂垂老矣, 回首往昔, 回眸年轻时走过的路, 看那些曾经有过我们拼搏奋斗的痕迹, 对自己肯定的 说, 嗯, 我曾走过!

我们每个人都是生命的过客, 有些事, 选择了, 就 应该坚持不懈, 有些人, 选择了, 就应该持之以恒。 生命中的来来往往,走走停停,无非是过眼云烟,一 去不返, 虽然我们都是匆匆过客, 但至少应该驻足于 曾让我们心动的风景处。生命刹那如花, 假若有过昙 花一现的执着, 亦也能快意此生!

生活和梦想到底是什么? 我自问自答, 它是夜空中 的繁星,不论大小,却都泛着光彩;它是酒窖中的美酒, 不论陈新,却都散着醇香。仔细的对待每一件事情, 持之以恒, 让我们的人生不一样, 让我们的人生丰厚 多彩, 让我们越来越有走下去的愿望。生活在脚下, 梦想在前方,一路向前,当你走过后,才会对自己说"一 路走来, 有梦真好"。致生活中有梦想的朋友们!

本文作者: 李科朝

冰心玉壶黄建祥

此心未歇系

"知产"

黄建祥

北京品源专利代理有限公司广州分公司总经理

导读:《品源期刊》"知产领袖" 专栏正式开启了,本期我们采访 了北京品源专利代理有限公司广 州分公司总经理——黄建祥,坚 持"笨鸟先飞"的他,在知识产 权行业深耕细作近十栽,终觅得 知识产权"真经"。





▲ 北京品源专利代理有限公司广州分公司团队



▲ 北京品源专利代理有限公司广州分公司办公环境

过天晴、八月未央的广州,傍晚时分,凉爽清新的晚风终于吹散了连日的酷热。此时,被热情点燃的华南理工大学篮球场,格外热闹,黄建祥注视着自己手中的球,跑到篮球架下一跃而起,右手用力一抛,砰,砰,砰,打转了好几圈的篮球终于进网。望着篮球,他长舒一口气,露出得意的笑容。

看着一身成熟稳重的穿着,脸上始终挂着儒雅谦和笑容的黄建祥经理,始终无法将他与激烈碰撞的篮球联想在一起。"在球场,大家目标一致,只要投篮就可以,但在球场,又不仅仅是投篮,激情、信念、拼搏、团结……缺一不可。"

始终坚信"爱拼才会赢"的黄建祥经理, 在意的从来不是上帝何时为他送球,而是如何 成为那个掌握球场主动权的拼搏者。

品源知识产权总经理闵桂祥至今都还记得第一次见到黄建祥的场景,"当时在会议室,大家围坐一起讨论问题,等到建祥发言时,略带婴儿肥的他条理清晰,层次分明的阐述自己观点,面对别人的提问,眼神坚定自信的侃侃

而谈,作为一个刚踏入知识产权行业年轻人,这份热情自信一定会让他在这个行业领域发光发热。如今他作为掌舵人,带领着广州品源团队,在市场昂首阔步向前,劈波斩浪,开辟航向。'为者常成,行者常至。'建祥一直是我们的榜样!"

电影《阿甘正传》中阿甘曾感悟"生命就像空中白色的羽毛,或迎风搏击,或随风飘荡,或翱翔蓝天,或坠入深渊……"8年前,一个踌躇满志的年轻人,机缘巧合之下进入品源知识产权,从入职的那刻起,他便给自己一个新的定位,自己虽不是很聪明,但"笨鸟先飞",唯有不断前行紧紧握住新时代发展的脉搏,才能在快速发展的时代勇立潮头。在开辟广州市场时,黄建祥经理一人深入广州,艰巨的挑战渐次鸣锣开场。但他没有退缩,反而打开所有的感官,观察、学习、尝试,执着细致,精力充沛。这样的他,最终用热血的激情和对知产的热爱绘就骄人的业绩! OPPO、视源电子、广汽本田、广船国际、极飞科技等知名企业纷纷被折服,长期合作至今。

在与黄总交谈中, 你会发现他看似成熟的外表下, 藏着如同孩童般的执着, 藏着热血

奋斗的初心,藏着他打拼过的路,更藏着一颗 永不放弃的强者之心,即便从普通员工拼搏到 今天的总经理,也从未放弃对更高层次的追求。

俗话"能者多劳",他提到自己曾身兼数职,既当过专利代理人、专利分析师、律师也担当知产顾问、客服等,在不同时期需要转变为不同角色,不同角色有着不同使命,面对不同工作他始终如一的要求自己——专注、高效、包容。

黄总认为,"科技兴则民族兴,科技强则国家强",知识产权行业是一个令人敬畏的专业领域,知识产权人需耐得住寂寞,守得住质量,才能不负客户和公司信赖。近些年中国知识产权飞速发展,如同"新四大发明"——高铁演绎着新时代的"中国速度"。为搭上飞速前进的知识产权列车,知识产权人就必须争分夺秒,讲究效率。此外由于知识产权是一种智力劳动成果,时间就是金钱,为了尽快将"智力成果"转换为"智力财富",知识产权人应高效面对每一个专利、每一个客户。

"海纳百川, 有容乃大",黄总



结合多年的工作经验,总结出独家"包容"哲学,这里包含三层意思:一是换位思考,对客户的包容;二是对团队同事要有包容的心态,"一花独放不是春,百花齐放春满园",如今广州品源团队五十余人,广州品源今天的成就是每一个员工努力的结果。三是对知识产权行业要有包容的心态,改革开放以来,中国知识产权行业也才发展三十余年,如今国家加快建设"知识产权强国",各大企业纷纷加大创新投入,注重知识产权布局,品源以"让知识更有价值"为使命,走在行业前列,乘风破浪,砥砺前行。干一行爱一行,在这个朝阳行业,我们不应急功近利,但也不妄自菲薄。"

2018 年,广州获批成为全国首批、省内唯一的国家知识产权强市创建市。截至2017 年底,广州市专利申请量达118332 件,首次突破10万件,发明专利申请量和授权量、PCT国际专利申请量三者增速均远高于全国平均水平。广州科技创新态势良好,受到了国际瞩目关注。

黄总在谈到广州知识产权市场时感触颇深,2013年,广州品源在这块潜力巨大的创新高地成立,当时广州正从"世界工厂"蜕变为创新前沿阵地,越来越多的企业走出国门,迅速占领国际市场的同时,也面临着众多知识产权问题困扰。初生牛犊不怕虎,为了获得视源电子信赖,广州品源团队披荆斩棘,披星戴月探讨多种合作方案,最终合作签订协议时,所有人都相互拥抱,为这来之不易的胜利鼓掌。

黄总回忆到,当时为了获得视源电子的认可,团队 和自己都付出了众多心血。时至今日,我们依然非常感 谢客户对我们的培养和鞭策,让我们不断打磨自身实力, 去面对客户的新需求和市场的新挑战。我们与客户的关 系从来都是"一荣俱荣"的命运共同体,只有真正努力 让客户实现更高的价值,才能体现我们的服务价值。

每当有重大抉择或难以决断的事情时,黄建祥经理总喜欢下班后,去市场买些新鲜食材,回家煲汤,煲汤最讲究火候,"煲"是面子,"汤"是里子,小火慢炖静心等待汤变的味浓鲜美,然后慢慢品尝碗中的汤。黄总认为世间万事与煲汤道理异途同归,静心把握,才能看到事情关键。

如今广州品源虽已在广州市场获得一席之地,但面对客户时,会经常不由的想起,初见品源知识产权总经理闵桂祥说到的一句话的"我们要担负起提高全民知识产权保护意识的责任"。黄建祥总经理回忆道"当时自己只想出人头地,有所作为,担负民族复兴的责任太过遥远;但实际真正在接触客户、服务客户的过程中,发现认真申请每一个商标,写好每一个专利,举行讲座论坛宣传知识产权知识……涓滴成河,提高全面知识产权保护意思就是从这些微小的事情开始。"

深耕知识产权运营近 10 年的黄建祥,如今站在了科技兴国的潮头之上,终于觅得了知识产权的"真经",所幸这次"取经"之路,不再是当年单枪匹马闯荡江湖,而是和广州品源这支激昂向上的可爱团队,共同接受"九九八十一难",在知识产权的道路上,再创辉煌!

文章编辑: 王俊会

▼ 黄建祥参加公司年会活动



▼ 北京品源专利代理有限公司广州分公司团队





音悦你我。全球共享





站在巨人肩膀上的奥雷

品牌定位 Brand Position 整合全球优势资源,提供领先音频 解决方案的高端专业音响品牌

AUDIOCENTER is a high-end professional audio brand that integrates the excellent resources globally and provides advanced audio solutions.

品牌理念 Brand Concept 核心价值观: 音悦你我 ® 全球共享 发展理念: 在一起,我们共同成长 Core value: Share the pleasure of sound Idea of development: Together we are stronger

咨询电话: 0086-20-86767676 / 0086-20-86767686

www.奥雷.com

www.audiocenter.net

独家观点

Exclusives



代理人:说起沟通你真的够专业吗?

作者:王超 北京品源专利代理 有限公司 国内机械部 专利工程师

1、引言

知识产权行业从某种意义上说,可以总结为科技服务 类行业。对于代理人来说,日常很大一部分工作是处理客户提供的材料以形成申请文件,以及处理审查员发出的审查意见,而最终目的是要满足客户的需求。在这一过程中,需要代理人与客户之间形成一种良好的交互关系,以提高工作质量和效率。而代理人专业性上的体现,一方面是权利要求的撰写与布局、审查意见的答复能力和技巧等业务技能上的水平,另一方面就在于与客户沟通的能力,两方面相辅相成。业务技能水平的培养需要时间和经验的积累,而沟通能力更注重对沟通方法的理解与应用,是可以快速掌握的,而好的沟通能力对于提高与客户沟通技术方案和答复策略等的效率,和业务能力同样重要。

2、"4W"沟通方法

"4W"沟通方法是笔者在实操过程中总结出来的一种沟通方法,"4W"分别代表 Who(明确双方身份)、Wait(等待和思考)、Where(明确双方问题或目标)和When(明确时间节点)。笔者将以新申请撰写流程为例,对"4W"沟通方法进行说明和举例。

2.1、Who(明确双方身份)

所谓明确双方身份是整个沟通过程的基础,在沟通前 做好充分的准备,有助于代理人把握沟通的方向和重点。

首先,对于代理人自身的定位,目前大多数专利代理人都是理工科出身,具备一定专利法的知识和应用能力,能够理解相关领域的技术方案。但由于很多代理人毕业后直接从事知识产权行业,缺乏一定的研发经验,接触的技术领域较为广泛,但技术深度不足,因此面对相对生疏的技术领域容易胆怯而害怕沟通;同时,由于长期进行文案处理工作,对与人沟通的机会较少,因此沟通的能力较弱;还有一部分代理人具有一定的工作经验和技术积累后,凭

借其专业性,在发明人面前以"专家"自居,沟通过程中的态度令客户感到不舒服。综上情况,相对于客户来讲, 代理人常处于沟通能力较差的一方。

而代理人面对的客户主要分为两类,一类是企业中的研发人员或技术专家,另一类是企业中专业的专利管理者。很多代理人会将客户看成高高在上的"甲方"身份,从心态上就处于一个弱势的地位。其实客户也和代理人一样,希望能够通过双方高效地交流,把专利任务的工作高质量、高速度地完成好;同时,更希望双方能够建立良好的感情,相互学习对方身上的长处,共同成长和进步,希望双方的沟通能够一直处于一种舒服的状态。

具体地,对于研发人员,他们非常了解所在公司的技术发展过程,以及该领域的技术发展方向,包括竞争对手的研发水平,但并不熟知知识产权领域的要求。很多研发人员心中对专利事存在疑惑甚至错误的理解,认为自己的技术很常规、很难产出,或者认为自己的技术创造性非常高,能够产出大量的专利。代理人在与研发人员沟通过程,一方面要善于倾听研发人员在技术上的深刻的理解,同时要展示出自身的专业知识优势,要让研发人员采纳代理人在知识产权方面的建议,解答对方的疑惑和顾虑,纠正对方错误的观点,进一步引导研发人员完善专利内容。同时,一定要表现出谦逊的态度,避免呈现一种"专家"的姿态,挑剔研发人员在知识产权方面的弱项。当研发人员确实在知识产权方面比较薄弱,代理人可以多举例子,耐心讲解,遇到问题时,提出自己的多个备选的方案让研发人员选择,切实地解决研发人员所面临的问题。

对于企业中专业的专利管理者,又称为企业的 IPR,他们不仅了解企业的技术和发展方向,对知识产权有着深刻的理解,对代理人的业务技能有着较高的要求;同时他们又管理着公司的专利运营工作,并保持着与研发人员的

摘要针与的"4W"并举代实"取配客力,不理人总对好理"了本代灵方的更示得信文人为结法释期够运,解获与原获得信主人为结法释期够运,解地业户,是获得信息出,和望在用争和向能的

品源资讯

密切交流,也是代理人与研发人员之间的纽带。因此,代理人在与IPR沟通过程中,能够对IPR在发出质疑时,保持谦逊的态度,既不要全盘妥协,也不要全盘拒绝,有理有据地表达自己的建议,争取能够达成一致的目标。同时,代理人要认真总结每一次IPR的修改意见,学习IPR思考问题的角度和作业习惯,保证与IPR的沟通越来越顺畅。

经常被忽略的一点是,IPR与研发人员之间会经常针对代理人的表现进行沟通和交流的,因此代理人在沟通过程中要兼顾研发人员和IPR对同一件专利的不同的理解。一个善于沟通的代理人,能够通过与研发人员和IPR的沟通过程中,得到双方的专业性的信任,最终能够成为该公司的指定代理人,也是对代理人专业性最大的认可。

因此,Who (明确双方身份)是沟通的心理建设过程,只有在明确了双方身份上的平等性、差异性和协同性,才能处理好客户在技术层面和知识产权层面上出现的异议,实现高效沟通。

2.2、Wait (等待和准备)

所谓等待和准备,是指代理人在接受一项专利工作任务时,一定要做好充足地准备,再有针对性地进行沟通。研发人员和IPR的日常工作很忙,能够在最短的时间内,通过最简练的语言,快速抓住问题的关键,指出客户的痛点和盲点,把问题有效地解决,这样的代理人,一定是企业最喜欢也最需要的代理人。

而为了实现这一目标,代理人在沟通之前,一定要做好充足的准备。尤其对于职业生涯初期的代理人,很容易忽略这一过程,接到交底书简单翻一翻就给发明人打电话,沟通过程中,主次不清,语言混乱,毫无逻辑,甚至还要让研发人员给普及基础知识,反复多次的沟通,令客户非常反感。

那么在沟通之前,如何做到充分有效地准备呢?以新 申请撰写为例,代理人在收到一份交底材料时,笔者建议 代理人阅读至少三遍交底材料。第一遍,了解交底材料中 的核心,即该案针对什么技术问题,采取了什么技术手段, 达到了什么样的技术效果。这一遍阅读需要代理人先抛开 对专利三性的判断,只针对交底材料中文字描述和图片或 视频展示的内容, 了解交底材料的大体方向, 对于交底材 料中不完善、不清楚和不确认的信息进行批注。第二遍, 针对批注,看看自己能不能解决,能解决多少,能解决到 什么深度。这一过程,需要代理人进行简单的查阅或检索, 尤其是对于一些基础知识,通过网页搜索和相关专利的大 致阅读, 以及询问周围有经验的代理人或指导老师, 基本 可以明白大部分内容的。尤其可以参考该公司的主营产品, 以往申请过的专利,还能够让代理人了解到该公司技术的 新创性程度,以及撰写风格等信息,对于后续撰写也是非 常有帮助的。通过第二遍阅读,首先将第一遍阅读过程中 的部分批注的疑问点解决,剩下的批注主要为无法理解的 技术点或无法明确确认的技术点。第三遍,将前两遍中的 批注进行总结和拆分,哪些技术特征是重要且难以理解的, 该技术特征是交底材料没有解释清楚还是缺少资料造成的, 哪些技术特征是一句话就可以和客户确认下来的;哪些技 术特征的描述是错误的,需要和客户解释一下的,例如一 种较为常见的自动化设备,交底材料中针对的技术问题是 现有技术都是人工操作, 而非其他公司同类自动化设备上 存在的技术问题,那交底材料中这部分背景技术撰写一定 是有问题的,是需要向客户指出的。经过三遍的阅读和整 理,代理人基本可以对交底材料情况做到心中有数,那么 后续与发明人的沟通,就是如何在最短的时间内,用最简 练、最专业的语言,将交底材料中所作的批注,逐一解决。 同时还应做到主次分明,对于大多数任务来说,代理人理 解问题的主体方向是不会较大偏差的,而细节往往是容易 被忽略的,从多个细节方面就会区分出代理人的水平。

笔者认为,Wait(等待和思考)这一步骤,是整个沟通过程中最消耗时间,最耗精力的一环,很多代理人经常选择在这一步骤中草草了事,以为这样节省了时间,但实则正好相反。没有经过认真的准备,代理人沟通的思路和语言就是乱的,想起来一个点就问一句,完全没有条理,更抓不到重点,以为自己明白了交底中的技术特征而并没有针对该细节和发明人进行确认,就导致在撰写中面对该细节的针对性描述无法进行,还需要再次反复沟通,这一过程会给技术人员或 IPR 一种非常不专业的印象。而精心准备过的沟通,总能直击重点,有的放矢,条理清晰,善于思考的代理人能够在这一步就做到对权利要求的布局心中有数,在沟通过程中直接可以引导发明人补充额外的技术特征,甚至挖掘出新案。

因此,Wait(等待和思考)是整个沟通过程中核心, 更是代理人专业性的核心体现。只要养成了Wait(等待和 思考)的好习惯,不仅能够加快代理人的撰写速度和撰写 质量,更能得到客户对代理人专业性的认可。

2.3、Where (明确双方问题或目标)

所谓明确双方问题或目标,要求代理人在沟通过程中,与发明人确定该案的核心问题,并与发明人在该案的一些细节或存在的问题上,达成一致,并提出对应的解决办法。 因此,明确双方问题或目标这一步骤,沟通过程进一步深化的体现。

实际沟通过程中,电话沟通是最快捷、最有效的沟通 方式,文字沟通的方式包括通过邮件和社交软件沟通等方 式,更适合细节的确认。在这一步的沟通过程中,首先代 理人需要提前预约发明人合适的沟通方式与沟通方式,与 发明人一起将批注的问题全部处理,确保对现有的交底材 料理解较为透彻。当然,实际沟通过程中也会存在两种极 端情况,一种情况是交底材料非常简单,代理人基本能够 完全理解,但笔者还是建议用简单的语言再和发明人确认一遍,一方面能给研发人员表明一种态度,就是您的交底材料代理人认真看而且完全看懂了,另一方面期望能够在沟通过程中,发明人能够补充一些材料或添加一些其它的技术特征;另一种情况就是交底材料对代理人来说很陌生,非常难懂,需要发明人花费一定的时间给代理人针对交底材料进行"补课",这时代理人首先要说明自身知识水平的局限性,对耽误发明人较长的时间表示歉意,最好能电话录音或快速记录发明人的讲解,不要碍于情面不懂装懂,争取一次性弄懂,最后还要对发明人的耐心讲解表示感谢。

进一步地,代理人还需要与发明人确认原交底材料中的发明点是否发生变化。例如,发明人又补充了一些其它的技术特征或者实施方法,要求写进申请文件中;或者代理人在理解技术方案时所做的初步检索,就已经检索到了比较接近的对比文件,影响该案的新创性问题,此时,就需要引导发明人针对对比文件,再进行一些讨论,做一些针对性的规避设计或者建议撤案。同时,代理人还要注意,如果发生上述情况,代理人一定要与发明人和IPR进行沟通并确认,针对这一情况做出的超出原有交底材料内容的设计,客户是否可以接受,否则不仅得不到客户的认可,还会有不尊重客户发明成果之嫌。

如果交底材料只是部分内容不全,需要发明人在沟通之后做进一步地补充,此时代理人要注意,最好在沟通后通过邮件的方式,明确地指出需要补充的细节,不要给发明人一个大概范围,最直接、最具体地向对方提出要求,更容易解决问题。例如,面对同样的问题,代理人在邮件中指出"请解释实施例一中的工作原理",发明人就根本无从下手;反而向发明人指出,"请解释实施例中 A 与 B 之间如何实现转动连接,B 如何带动 C 实现绕 A 的轴线摆动",这种方式更加具体,发明人更容易理解,补充的材料也更能够解决问题。

有了在 Wait (等待和准备)阶段的精心准备,与发明人实际沟通过程中,就能做到心态放松,逻辑清晰。同时代理人要注意,多倾听、少争辩、多记录、多赞美等小技巧,最后还要向发明人表达感谢。最好的沟通状态应该是既有实质内容产出,又针对性地解决了问题,同时与客户之间的沟通,又是一次简短的、逻辑分明的、亲切的谈话。

2.4、When (明确时间节点)

所谓明确时间节点,既是对发明人的要求,也是对代理人的要求,想要将沟通的内容落实,就一定要注意合理地为双方制定时间节点。一般电话沟通完毕之后,最好能够紧接着发送一封电子邮件作为电话沟通的延伸,一封严谨的电子邮件,能够让客户对代理人专业度的认可加分。

电子邮件一般包括:信头、主题、称谓、正文、签名档,以及附件六个部分,尽量做到能够让双方的相关人员,



如双方的流程,案件审核和管理人员等,知晓该案的进度和沟通情况,在此不做更多展开。在电子邮件正文部分,笔者建议代理人突出显示下列时间节点信息: (1)发明人补充资料的最晚期限,并适当说明要求期限的原因; (2)代理人向发明人或 IPR 发审核初稿的最晚期限; (3)发明人或 IPR 审核返稿的要求期限; (4)客户要求该案提交的具体日期; (5)对答复审查意见答复或针对驳回意见提复审等情况,一定要标注该案的官方绝限日期,并需要代理人提前处理,为发明人审核该案和后续的修改和沟通留出充足的时间余量。

以邮件形式确认了上述各个重要的时间节点之后,一方面需要代理人适时催促客户按时间节点反馈文件,另一方面也要求代理人合理安排自己的工作时间,保证能在规定时间以内完成案件的处理。这就要求代理人在为自己制定时间节点时,考虑最近的工作情况,量力而行,给自己留下一定的时间余量。如果代理人遇到特殊情况,无法按时完成,一定要提前与客户沟通,安排更换代理人或其他处理,避免给客户造成不必要的损失。

3、总结

沟通是一门艺术,而笔者认为,对于代理人来说,沟通更是一门技术,掌握好这门技术不仅能够提高处理任务的速度和质量,更能够获得客户对代理人专业性的认可。 笔者总结的"4W"沟通方法,主要从Who(明确双方身份)、Wait(等待和思考)、Where(明确双方问题或目标)和When(明确时间节点)四个步骤,对代理人与客户沟通过程中的各个方面进行了总结,期望能够为代理人在沟通方法上提供一些参考,更好地服务客户,得到客户在专业性上的认可。



说重点: EPO 审查如何



作者: 闫彦飞 北京品源专利代理 有限公司 出口专利部 专利代理人

还审查费(refund of the examination fee)的前提是已经向 EPO 缴纳了审查费,那么既然已经提交了欧洲专利申请并且缴纳了审查费,为何 EPO 要退还审查费呢?这就涉及到另一个问题:申请人对专利的布局。

在一件欧洲专利申请的审查过程中,如果考虑到该欧洲专利申请的技术已经被淘汰或者该欧洲专利申请在欧洲地区没有市场应用前景等原因,申请人会选择撤回该欧

洲专利申请。如果此时申请人已经向EPO提出了审查请求(request for examination),则EPO需要向申请人退还其缴纳的审查费。

接下来,我们循序渐进的 了解一下与 EPO Examining Division 的审查和 EPO 如何 退还审查费用有关的法律知识。

1、何时提出审查请求?

在解答这个问题之前,我们先来看一下相关法条和实施细则的规定。

Rule 70 request of examination

(1) The applicant may request examination of the European patent application up to six months after the date on which the European Patent Bulletin mentions the publication of the European search report. The request may not be withdrawn.

(2) If the request for examination has been filed before the European search report has been transmitted to the applicant, the European Patent Office shall invite the applicant to indicate, within a period



to be specified, whether he wishes to proceed further with the application, and shall give him the opportunity to comment on the search report and to amend, where appropriate, the description, claims and drawings.

(3) If the applicant fails to reply in due time to the invitation under paragraph 2, the application shall be deemed to be withdrawn.

从 Rule 70 中可以看出,提出审查请求的时间有两个:

R 70(1) EPC 规定:在收到国际检索报告后提出审查请求。自欧洲专利公报上公布欧洲专利检索报告之日起六个月内,申请人可以请求 EPO 对欧洲专利申请进行审查,此申请不可以撤回。

R 70(2) EPC 规定:在提交欧洲专利申请的阶段提出审查请求。如果申请人在欧洲专利检索报告尚未传送到之前已经提出了审查请求,EPO 应在指定的期限内,邀请申请人就是否继续对该欧洲专利申请进行审查表明态度,给予其就检索报告发表意见的机会,并在需要时修改说明书、权利要求书和附图。

需要注意的是,提出审查请求包括两个部分:提交审查的书面请求和缴纳审查费。如果申请人仅仅提交了审查的书面请求,但未缴纳审查费,那么该审查请求视为未提出。

2、何时涉及 EPO 退还审查费?

在 R 70(1) EPC 规定的情形,申请人在收到检索报告时还未提出审查请求,如果申请人参考检索报告中审查员的意见后决定撤案,则不涉及 EPO 退还实质审查费的问题。

在R70(2) EPC 规定的情形,申请人在收到检索报告之前,已经提出了审查请求,如果申请人此时不接受EPO 根据 Rule 70(2) EPC 下发的邀请打算撤案,则涉及到EPO 退还全部审查费的问题。

此外,如果在 Rule 70(1) EPC 的情形下,申请人提出了审查请求,或者在 Rule 70(2) EPC 的情形下申请人接受了 EPO 的邀请,则该欧洲专利申请将会进入实质审查 (substantive examination) 阶段,此时申请人还有机会获得 EPO 退还的审查费的 50% 的机会。

3、EPO 如何退还审查费

Article 94 Examination of the European patent application

(1) The European Patent Office shall, in accordance with the Implementing Regulations, examine



on request whether the European patent application and the invention to which it relates meet the requirements of this Convention. The request shall not be deemed to be filed until the examination fee has been paid.

- (2) If no request for examination has been made in due time, the application shall be deemed to be withdrawn.
- (3) If the examination reveals that the application or the invention to which it relates does not meet the requirements of this Convention, the Examining Division shall invite the applicant, as often as necessary, to file his observations and, subject to Article 123, paragraph 1, to amend the application.
- (4) If the applicant fails to reply in due time to any communication from the Examining Division, the application shall be deemed to be withdrawn.

Rule 71 Examination procedure

- (1) In any communication under Article 94, paragraph 3, the Examining Division shall, where appropriate, invite the applicant to correct any deficiencies noted and to amend the description, claims and drawings within a period to be specified.
- (2) Any communication under Article 94, paragraph 3, shall contain a reasoned statement covering, where appropriate, all the grounds against the grant of the European patent.
- (3) Before the Examining Division decides to grant the European patent, it shall inform the applicant of the text in which it intends to grant it and of the related bibliographic data. In this communication the Examining Division shall invite the applicant

需要注意变求如提面纳该需要出两审缴申了求查部的审人查但,求查请审查出。是求。 面,我是请求。



to pay the fee for grant and publishing and to file a translation of the claims in the two official languages of the European Patent Office other than the language of the proceedings within four months.

- (4) If the European patent application in the text intended for grant comprises more than fifteen claims, the Examining Division shall invite the applicant to pay claims fees in respect of the sixteenth and each subsequent claim within the period under paragraph 3 unless the said fees have already been paid under Rule 45 or Rule 162.
- (5) If the applicant, within the period laid down in paragraph 3, pays the fees under paragraph 3 and, where applicable, paragraph 4 and files the translations under paragraph 3, he shall be deemed to have approved the text communicated to him under paragraph 3 and verified the bibliographic data.
- (6) If the applicant, within the period under paragraph 3, requests reasoned amendments



- communication under paragraph 3 if it gives its consent; otherwise it shall resume the examination proceedings.
- (7) If the fee for grant and publishing or the claims fees are not paid in due time, or if the translations are not filed in due time, the European patent application shall be deemed to be withdrawn.

Article 11 RFees Refund of examination fee

The examination fee provided for in Article 94, paragraph 1, of the Convention shall be refunded:

- (a) in full if the European patent application is withdrawn, refused or deemed to be withdrawn before substantive examination has begun;
- (b) at a rate of 50% if the European patent application is withdrawn after substantive examination has begun and
- before expiry of the time limit for replying to the first invitation under Article 94, paragraph 3, of the Convention issued by the Examining Division proper or,
- if no such invitation has been issued by the Examining Division, before the date of the communication under Rule 71, paragraph 3, of the Convention.

Article 94 EPC 是关于欧洲专利申请审查的条款, 共包括 4 段。Article 94(1) EPC 规定:应申请人要求, EPO 应当按照本公约《实施细则》的规定,审查欧洲专 利申请及所涉及发明是否满足本公约的要求。在申请人 缴纳审查费前,上述审查请求视为未提出。Article 94(3) EPC 规定:如果审查发现该欧洲专利申请及所涉及发明 不满足本公约的要求,审查部门应当给予必要的机会,让 申请人发表意见,并根据 Article 123(1) EPC 的规定修改 该欧洲专利申请。

Rule 71 EPC 是关于实审程序的条款,共包括7段。 Rule 71(3) EPC 规定:审查部门在决定授予欧洲专利之前,应当通知申请人其打算授予专利的文本和相关的著录项目数据。审查部门在此通知中,应要求申请人缴纳授权及公布费,并在四个月期限内提交除程序中使用语言之外的两种欧洲专利局官方语言的权利要求译文。如果申请人缴纳了上述费用且在规定期限内提交了译文,视为申请人同意将要授权的文本。 Article 11 RFees 是关于 EPO 退还审查费的条款, 共包括 2 段。其规定了两种退还审查费的情形。在 Article 94(1) EPC 成立的前提下,EPO 应当退还审查费的两种 情况:

- (a)全部退还。如果在审查开始之前,欧洲专利申请已 经被撤回、被驳回或被视为撤回,则 EPO 应当退 还全部审查费。
- (b) 退还审查费的 50%。如果在审查开始后且在 Article 94(3) EPC 规定的第一次邀请的答复期限届满之前,该欧洲专利申请被撤回,则 EPO 应当退还审查费的 50%;如果 Examining Division 未下发Article 94(3) EPC 中的邀请但下发了 Rule 71(3) EPC 的通知,在审查开始后且在该通知答复期限届满之前,该欧洲专利申请被撤回,则 EPO 应当退还审查费的 50%。

需要了解的是,在 2016 年 7 月 1 日之后,EPO 才有全部退还审查费的规定。之前的旧规定 EPO 仅仅退还审查费的 75%。

读到这里,便引出了一个问题: Article 11(a) RFees 全部退还审查费的前提是 before the substantive examination has begun。那申请人如何知道the substantive examination何时开始呢?难道只能靠运气或者尽快向EPO说明要撤案吗?有没有觉得交上去的钱,泼出去的水,再想要回来难于上青天?

其实并不然,EPO 在做出 Article 11(a) RFees 规定的同时,还为申请人提供了一项额外的服务。在 Official Journal June 2016 中 的 Notice from the European Patent Office dated 30 June 2016 concerning refunds of the examination fee (Article 11 of the Rules relating to Fees) 中规定:

"To enable applicants to fully benefit from this refund, for certain files and if operationally possible the Office will inform them, at least two months beforehand, of the date on which it intends to start substantive examination."

由此可知,对于某些欧洲专利申请,在可操作的情况下,EPO 会在开始 substantive examination 之前的至少两个月向申请人发送一份通知(EPO form 2919),告知申请人该案将要进入 substantive examination。

申请人只需要在该 EPO form 2919 提及的日期之前 使得该欧洲专利申请被撤回或处于被视为撤回的状态,便 可以得到 EPO 退还的全部审查费。 Article 11(a) RFees 的相关问题解决了,那我们再来看一下 Article 11(b) RFees。在 Article 11(a) RFees 规定了三种情形:欧洲专利申请被撤回、被驳回或者被视为撤回;而 Article 11(b) RFees 仅规定了一种情形:欧洲专利申请被撤回。在 Official Journal June 2016 中的 Notice from the European Patent Office dated 30 June 2016 concerning refunds of the examination fee (Article 11 of the Rules relating to Fees) 中规定:

"Under Article 11(b) RFees as amended, 50% of the examination fee is refunded if the application is withdrawn before expiry of the time limit for replying to the first examining division communication under Article 94(3) EPC. Applicants will get this refund if they actively withdraw their application, but not if it is refused or deemed withdrawn after substantive examination has begun."

由此可知,该 Notice 明确了欧洲专利申请在实质审查开始后被驳回或者被视为撤回的情形不包括在 Article 11(b) RFees 中。

对于欧洲专利申请在实审审查开始后被驳回的情况,根据 Article 52 EPC 和 Article 97 EPC 的规定,如果在实质审查开始后该欧洲专利申请被驳回,则说明 EPO 不认同申请人在检索报告基础上做出的争辩或修改,认为该欧洲专利申请不满足可授权条件,因此驳回该欧洲专利申请。这时说明该欧洲专利申请的审查程序已经结束了,EPO 理所当然不会退还审查费的 50%。

对于欧洲专利申请在实质审查开始后被视为撤回的情况,Article 11(b) RFees 规定的退还审查费的两种情形中,均要求在规定的答复期限结束之前该欧洲专利申请被撤回。如果申请人打算将 EPO 下发的 first invitation或者 communication置之不理(allow it to lapse by simply not filing a reply within the time limit set in the communication),以使得EPO根据Article 94(4)EPC向申请人下发该欧洲专利申请视为撤回的通知。而该欧洲专利申请视撤通知的发文日肯定是在EPO下发的the first invitation或者 communication所规定的期限之后了,此时也就不落入Article 11(b) RFees 范围了。因此EPO不需要向申请人退还审查费的50%。

综上所述,如果申请人在提交欧洲专利申请的同时已 经提出了实质审查请求,但在该专利申请被审查的过程中, 不想继续维持该专利申请,那么就要分情况把握机会,争 取可以获得全部或者部分 EPO 退还的审查费。



《我不是药神》

如何破掉药品专利与研发成本的迷局?

日,演员徐峥主演的电影新作《我不是药神》 (以下简称《药神》)在各地陆续上映。影 片讲述了一个唯利是图的小人物,通过走私 印度仿制的廉价抗肿瘤药物"格列宁",走 进了一批白血病患者的生活,最终获得人生升华的故事。

《药神》的放映,让跨国药企维护天价特效药的经济利益与绝症患者求生欲这一争议话题再度进入了大众视野。我们中国人看虚构的文学作品喜欢考据,笔者也不能免俗。

笔者认为该剧在中美贸易战日益升级的当下抛出了药企的专利权与患者生存权孰轻孰重的重磅舆论炸弹,必然会对我国医药行业带来影响。毕竟《药神》的故事正取材于现实,熟悉医疗行业的人都能猜到影片的原型是瑞士诺华公司与格列卫,徐峥在片中饰演角色"程勇"的名子与2014年因"代购印度抗癌药"被检方起诉的真实案件涉案人仅一字之差。

专利权的逻辑迷宫

公司名称	股票代码	被批准的药品数量	每个药的研发 投入(亿美元)	总研发投入 (亿美元)
阿斯利康	AZN	5	117	589
GSK	GSK	10	81	817
赛诺菲	SNY	8	79	632
罗氏	RHHBY	11	78	858
辉瑞	PFE	14	77	1081
强生	JNJ	15	58	882
礼来	LLY	11	45	503
雅培	ABT	8	44	359
默沙东	MRK	16	42	673
雅培	BMY	11	41	456
诺华	NVS	21	39	836
安进	AMGN	9	36	332

图示。福布斯公布的全球主要跨国药企近年研发支出

"为什么新药如此昂贵? 其实你支付的是第二粒药物的价格,第一粒药物花了几十亿美元呢!" 纵观近年全球主要跨国药企近年研发支出,每个新药都动辄投入几十亿美元甚至更多。"假如我们不尊重药企的知识产权,今后就不会有人继续研发新药",这是药企维护自身专利权的常见说辞。

研发成本往往成为了药企制定高昂药价的逻辑起点, 专利权和新药专利保护期限就是药企维护这一逻辑的利 剑。药品有着更新换代迅速特点,于是生产原研药的企业 基于收回巨额研发成本的逻辑,维持"高价撇脂"的价格 策略,尽量制定高价格,尽快收回成本。根据西方国家的 专利保护法,药物专利的生效期起始于药物的发明之日。

一种新药从发明到通过临床试验上市需要相当长的时间,这就导致企业的专利保护期限缩水。于是,药企一本正经的说,"只要延长企业的专利保护期,企业就能制定较低的药品价格,从容不迫的慢慢收回成本,让患者可以买到便宜的药物"。以美国为例,90%的新药都申请延长专利保护期,34%的药物专利保护期得以延长3年以上。

药物专利保护期是维护药企利益的法宝。以美国礼来公司生产的抗抑郁药"百忧解"为例,该药在礼来公司80%的销售量是在专利保护期内。有道是"花无百日红",专利保护期到期后,药企仍然有各种手段维持自身利益。

比如说,药品问世后企业首先申报物质专利,到一定时间后申报剂型专利、适应症专利、处方专利、工艺专利,通过这些手段变向的延长专利保护期。再加上药品生产本身具有技术门槛,并不是所有的企业都有能力仿制生产。一些国际药企甚至会在药品专利权到期前夕,收购有可能



根据 WTO 规则和我国国内法 我国政府有权以公共利益为由颁发药品专利实 施强制许可,从企业那里"充公"药物的专利权

挑战自己地位的小企业;或者是直接把药物成分和生产工艺卖给竞争对手,竞争对手们仿制药物也是需要研发投入的,"造不如买"。

专利权之外的价格博弈

研发成本并不是药品定价的全部。以政府关系为首的公共关系和市场份额是企业考虑的重要因素。擅长延长药品专利保护期限的跨国药企葛兰素史克(GSK),在与我国政府进行药品专利权谈判的过程中,一直强调研发成本。我国政府曾寄希望 GKS 放弃旗下乙肝特效药的专利,以便生产廉价的仿制药物救治我国上亿人规模的乙肝患者。但是,为了改善社会形象,GSK 驻华营销人员腐败案件曝光两年后,GSK 大幅下调中国市场销量最大的三款乙肝药物,每款产品均降价 30%。

2015年,我国 16 个政府部门建立协调机制,根据 我国重大公共卫生和疾病防治的用药需求,开展国家药品 价格谈判试点工作。经过专家充分论证,谈判遴选价格高、 疾病负担重、患者受益明显的治疗乙肝、肺癌、多发性骨 髓瘤等专利药品作为谈判试点药品。

在谈判中,GSK 颇具思想觉悟的带头把旗下产品乙肝特效药替诺福韦酯降价 67%。这类谈判往往是"一揽子谈判",药企以降价换取的不仅仅是"仁义",还有入选医保目录的机会。凭借医保目录,这些药物可以在专利失效之前获得更大的市场份额。

根据 WTO 规则和我国国内法,我国政府有权以公共 利益为由颁发药品专利实施强制许可,从企业那里"充公" 药物的专利权。在 WTO 历史上,巴西、南非、泰国、印



度尼西亚等国曾分别对治疗艾滋病等传染病的二线药物实施过强制许可。除了印度大肆仿制格列卫,泰国曾提出强制许可格列卫的生产。诺华公司担心泰国开放仿制会让药物的生产技术外泄并带来药品走私,主动提出为泰国医保病人供应药物,让泰国政府打消了下达强制许可命令了念头。出于各种考虑,尽管有法可依,我国政府尚未对昂贵的专利药物实施强制许可。

从外破局

假如我们遵照"专利"和"研发成本"的逻辑,跨国 药企可谓仁至义尽。以诺华公司为例,目前,病人在华使 用格列卫治疗,一年要花近二十万元。诺华公司牵头中华 医学会,采取"买3赠9"的销售策略,花三盒的钱可以 换来九盒赠药,正好是一年十二盒的药量,病人每年的开 销可以降至7.5万元。参加诺华公司的赠药活动,获赠病 人必须由医生提交申请,确保低价药物不会流出。

诺华公司的公关活动不仅限于格列卫赠药,公司为世界卫生组织捐赠了大量疟疾特效药青蒿素,每年斥资上亿美元。跨国医药公司对于药物的定价策略非常复杂,超出旁观者的理解。各国的药物定价要考虑市场份额,兼顾该





国居民的承受能力,又要避免市场间串货影响公司利益最 大化。根据公司的市场战略与公关目标,一些药物放弃专 利,一些药物坚持高价,一些药物有条件的降价,一些药 物采取严防外流的方式捐赠或是售赠结合……

各家跨国医药公司在市场经济的道义上无懈可击。研 发成本高的药物就要卖高价收回成本略有盈利, 否则今后 没有人研究新药, 医学止步不前。生病是个人的事情, 得 病爱治不治。除非是存在负外部性——即对外产生影响, 令他人付出更高成本——的疾病,比如构成公共卫生事件 的传染病,公司讲义气,免费送药。

但是,药物的价值判断不仅仅是简单的投入产出。如 果处处讲经济、讲成本, 癌症这种恶性疾病是不值得投入 的。首先,癌症发病率不高,全世界的癌症都治愈,也就 是提高两年的人均寿命; 其次, 恶性肿瘤多发于老年, 多 数病人治好了也就是再领几年退休金,对经济发展没什么 贡献。事实上,恶性疾病救治对社会的影响远没有这么简 单。人是感情动物,必然的,恶性疾病患者会拖累家庭。 高额医疗费用会影响病人治疗,降低劳动者素质:加重家 庭负担,导致家庭无力为后代提供更好的教育,影响劳动 力的扩大再生产……

高额医疗费用最终会影响社会发展。在跨国药企的利 益已经得到充分保护,这些企业已经有了通过谈判降低药 价、放弃专利的先例的情况下,政府有必要为了社会的稳 定发展限制企业利益的无限扩张。更何况, 药品专利权可 以作为对外贸易斗争中我国掌握的武器和筹码,在对外经 贸谈判中发挥作用。

自上世纪 90 年代以来, 我国为了加入 WTO, 不断 严格国内的专利权与知识产权保护法规,在这一领域与国 际接轨。在这一历史进程中,我国的企业无法像过去那样 自由的仿制欧美等制药业发达国家的专利产品。于是,我 们一方面享受着 WTO 规则为中国经济带来的助力,感受 1949年以来我国历史上持续时间最长、经济发展最稳定 的经济景气,一边看着诸如"网络共产主义"和各类"山 寨产品"淡出视野。但是,加入WTO是为了人民获得更 好的生活,保护别国的知识产权不能成为发展我国自主知 识产品的障碍。

写在最后:药品管理中的"开源与节流"

2018年4月3日,国务院办公厅印发《关于改革完 善仿制药供应保障及使用政策的意见》(以下简称《意见》), 对质量和疗效一致的仿制药给予了多项政策支持。笔者个 人观点, 我国医药行业与国际一流水平存在差距, 一时难 以弥补。如果我们一直本着"人民健康高于一切"的高调 门,严格的要求国产制药业,可能导致人民用药只能依赖 进口,病人因为缺少便宜的药物得不到治疗。当前,药物 一致性评价工作的截止期限已经让一些药企放弃了部分研 发项目。一些企业担心在规定时间无法完成一致性评价, 干脆放弃了研发。在一致性评价中,如果仿制药的药效可 以通过调整剂量等手段控制在一定程度,建议有关部门给 予应当的放宽。尽管过去一段时期新药审批工作过于宽松 导致了遗祸至今的药品乱相,但是民族制药业还是需要"宽 松不放纵"的发展条件。

"宽松不放纵"对药品管理工作是极大的考验。过去 一段时间,对各种"灌水药"、"改名药"的审批混乱仍 然遗祸至今。我国的医保目录中,存在着一些使用说明书 上罗列的适应症极广的"神药"。这些药物有的只有安全 性这一个优点,有的甚至连安全性都有待验证,确切的疗 效很模糊,还是腐败问题的高发区。

在我国市场上,存在只在发明地和中国上市的药物。 更有甚者,这类舶来品神药的中国市场甚至占了全球销量 的一半至80%。如何把"神药"挤出医保目录,让宝贵的 资金用于格列卫之类治疗效果理想的新药,也应当作为药 品管理事业的重点。

来源: 观察者网 作者: 风闻社区作者 邓铂鋆

NO.7. 知识产权服务业

首次被纳入国家重点研发计划

近日,由中国专利技术开发公司牵头组织,国内12家单位共同参 与的国家重点研发计划"知识产权信息共享与运营服务应用示范"项目 启动会在京举行。科技部国家重点研发计划重点专项办公室、国家知识 产权局保护协调司、专利管理司、规划发展司相关负责人,项目责任专 家、项目咨询专家组专家,各项目参与单位等50余人参加了会议。

"知识产权信息共享与运营服务应用示范"项目是知识产权服务 业首次被纳入国家重点研发计划,也是全国知识产权系统首次牵头组织 承担该类国家重点专项。该项目旨在适应开放、开源、共享条件下知识 产权运用和保护的需要,通过研发一体化的知识产权信息服务支撑技术, 创新知识产权服务理论、模式,提高知识产权公共服务响应速度,实现 知识产权服务标准化、智能化、一体化。该项目的实施,将适应互联网、 大数据时代, 开创全新的智能化一体化的知识产权服务新技术、新业态、 新模式,推动新时代我国知识产权信息运用和知识产权运营转型升级, 为知识产权强国建设和创新型国家建设提供新技术支撑。

会上, 国家知识产权局保护协调司有关负责人作为推荐单位代表 对项目的实施提出指导意见,表示将对项目研究及运营示范提供支持。 项目负责人、中国专利技术开发公司有关负责人代表项目团队介绍了项 目实施计划。中国科学院院士陆汝钤等与会专家对项目实施方案提出了 意见建议。科技部国家重点研发计划重点专项办公室相关负责人对项目 的实施管理工作,以及项目成果的应用及考核提出了具体要求。

来源, 国家知识产权局

上海出台扩大开放 100 条打造 知识产权促护宣告 知识产权保护高地



应开放而生,因开放而兴。进入新时代,坚定不移走开放之路是 上海发展的必然选择,知识产权保护注定成为上海进一步扩大开放画卷 中浓墨重彩的一笔。近日,上海正式公布《上海市贯彻落实国家进一步 扩大开放重大举措加快建立开放型经济新体制行动方案》(下称上海扩 大开放 100条)。作为五大重点内容之一,上海扩大开放 100条明确 提出"建设开放共享、内外联动的高标准知识产权保护高地",打造了 知识经济时代上海开放的特色品牌。

有关专家表示, 近年来, 上海对中外企业一视同仁开展的知识产 权保护工作,是越来越多企业愿意来此投资、发展的动因之一。

加强协同保护机制

习近平总书记在博鳌亚洲论坛开幕式上强

调,加强知识产权保护是完善产权保护制度最重要的内容,也是提高中 国经济竞争力最大的激励。上海扩大开放 100 条对此做出具体部署, 其中要求,依法适用侵犯知识产权惩罚性赔偿法律规定。同时要求,推 进知识产权民事、行政、刑事"三合一"审判机制改革,统一犯罪认定 标准,加强知识产权刑事自诉案件审判。

知识产权行政执法因为手续简、时间短、效率高等优势,在我国 受到了更多专利权人的认可。2017年,上海市加大专利行政执法力度, 共立案审理各类专利案件314件,同比增长22%;检查商业单位68家, 检查商品 40 余万种, 其中专利商品 800 余件; 共派出专利行政执法 人员及其他专业人员 372 人次入驻 46 个大型国际展会,现场处理专利 侵权纠纷投诉 238 件。

针对在进一步扩大开放过程中可能遇到的知识产权问题,上海扩 大开放 100 条在知识产权行政执法层面提出,统筹进出口双向监管, 深化中国制造海外形象维护"清风"行动,严厉打击跨境制售侵权假冒 商品违法犯罪行为; 开展出口优势企业知识产权保护"龙腾"专项行动, 扩大重点企业范围;制定《上海市重点商标保护名录》,突出涉外高知 名度商标保护。

"我们将协调市司法系统,真正把违法成本显著提上去,构建行 政保护与司法保护协同的大保护格局。同时,上海市知识产权局将优化 专利行政执法程序,加强对专利违法行为惩罚力度;将持续推动行政保 护和司法保护的诉调衔接,进一步推进知识产权的仲裁调解等纠纷解决 机制,开展知识产权纠纷人民调解试点工作。"上海市知识产权局副局长芮文彪如是说。

完善海外维权体系

上海的对外开放政策为一批企业打开了"走出去"的窗口。在上海触宝信息技术有限公司应诉美国"337调查"的过程中,上海市知识产权局组织专家针对企业的情况进行"会诊",提出了宝贵的应对建议,最终达成和解;上海奥普生物医药有限公司为产品"走出去"买入上百万美元的全球知识产权综合保险,为"走出去"增加底气。近年来,上海知识产权海外维权服务之路不断夯实。"完善高质量的知识产权海外维权服务体系"是此次上海扩大开放 100 条的重要部分,其中列明,强化上海国际贸易知识产权海外维权基地功能,开展涉知识产权国际贸易纠纷产业影响评估和企业应对服务,帮助海外投资企业防范双向投资中的政策风险。

2014年8月,上海市商务委成立上海国际贸易知识产权海外维权服务基地,系统开展知识产权风险防范、案件协调应诉指导等工作。上海市知识产权局与上海市商务委等单位相互配合,形成合力,积极开展相关宣教工作,让更多"走出去"的企业防患于未然。"上海市知识产权局还不断深化与世界知识产权组织合作,引进先进经验和优质资源,逐步推动建设与国际接轨的知识产权仲裁调解体系,依法对国内和国外企业的知识产权给予同等保护,打造具有国际先进水平的知识产权保护高地。"芮文彪介绍。

构筑公共服务平台

2015年,哈佛大学 Dana-Farber 癌症研究所博士后研究员王凯 回国创业,成立至本医疗科技(上海)有限公司,拥有产品核心技术发明专利权是得到产品批件的条件之一。2018年3月,该公司向中国(浦

东)知识产权保护中心提交了"肿瘤预测技术"发明专利快速审查预审申请,经预审合格进入快速审查通道,于今年6月获得了发明专利授权通知书,为产品进入市场赢得了宝贵的时间和市场优势。"原本需要3年左右时间,我们在3个月内就得到了发明专利授权,这个速度让我们惊讶,也非常惊喜。"王凯表示。

中国(浦东)知识产权保护中心(下称浦东保护中心)的快速审查机制让技术成果尽早获得知识产权保护,这一服务对于浦东新区内的中外企业同样适用。芮文彪介绍,上海市重点加强浦东保护中心建设,该中心是国家知识产权局批准同意建设的首批国家级知识产权保护中心之一,于今年2月起正式运行,主要面向浦东新区的高端装备和生物医药领域创新企业,提供快速审查、快速确权、快速维权的服务。截至2018年7月6日,浦东保护中心共收到专利快速审查申请165件,授权32件,授权时间大大缩短。"争取进一步拓展中国(浦东)知识产权保护中心服务的产业领域。"正是上海扩大开放100条中的一条。此外,在知识产权保护服务层面的内容还包括:拓宽在上海设立的商标马德里国际注册窗口的功能,争取受理范围向长三角和华东地区辐射,并进一步全面承担全国商标马德里国际注册审查;发挥国家知识产权运营公共服务平台国际运营(上海)试点平台的运营交易、金融服务、国际合作和海外维权等服务功能。

"上海在知识产权保护方面先行先试,为我国建设知识产权强国提供了可复制、可推广的重要经验。上海对外开放 100 条中提到的建设高标准知识产权保护高地,是全面打响上海服务、制造、购物、文化'四大品牌'的有力保障和支撑,必将有效提升上海城市吸引力、创造力和竞争力,推进城市高质量发展。"上海大学知识产权学院院长许春明如是说。

来源:中国知识产权报,作者:吴珂

NO.3

称视频广告被屏蔽 爱奇艺起诉 "VIP 看电影"不正当竞争



因认为 "VIP看电影"软件屏蔽爱奇艺 网站视频广告、提供爱奇艺 VIP 付费视频作 品播放服务的行为构成不正当竞争,北京爱 奇艺科技有限公司将"VIP看电影"软件经 营者淮安显承信息技术有限公司诉至法院。 日前,海淀法院受理了此案。

原告爱奇艺公司诉称,其公司主要商业模式为通过爱奇艺网站投放广告收取广告费用或提供优质视频内容吸引付费会员。该经营模式是我国国内视频网站普遍选择的商业模式,未违反法律规定,由此获得的广告费、会员费是爱奇艺公司的合法收入,且占总收入的70%以上,对其保障网站存续至关重要。淮安显承公司作为"VIP看电影"的经营者,通过技术手段屏蔽爱奇艺网站视频的片前广告,并提供爱奇艺网站付费会员专享

影视作品播放服务的行为,直接造成了爱奇艺网站广告有效投放计数降低,减损广告收入,影响 VIP 会员费用收入,损害爱奇艺公司的合法权益,扰乱了市场秩序和良性的竞争环境,已构成不正当竞争。故爱奇艺公司诉至法院,要求被告停止不正当竞争行为,赔偿爱奇艺公司经济损失及合理费用 200 万元,并在"VIP 看电影"网站、客户端刊登声明,消除影响。目前,本案正在进一步审理中。

来源:海淀法院官网



关于深化商标注册、专利申请等便利化改革的措施

国办:压缩商标审查周期至4个月, 高价值专利审查周期压减一半,健全公平竞争审查制度

近日,国务院办公厅关于印发全国深化"放管服"改革转变政府职能电视电话会议重点任务分工方案的通知中提出压缩商标审查周期至4个月,高价值专利审查周期压减一半,同时建立健全公平竞争审查制度。通知中表明深化商标注册、专利申请等便利化改革,五年内将商标注册审查时间压缩到4个月以内,发明专利审查周期压减三分之一,其中高价值专利审查周期压减一半。(知识产权局负责)

主要措施:

- (1) 大幅缩短商标注册周期,2018年底前向社会公开商标数据库, 将商标注册审查周期压缩至6个月,2019年底前进一步压缩至5个月,五年内压缩至4个月以内。(知识产权局负责)
- (2)2018 年底前高价值专利审查周期压减 10% 以上,2019 年底前消减发明专利审查积压 10 万件,高价值专利审查周期压减 30% 以上,五年内发明专利审查周期压减三分之一,其中高价值专利审查周期压减一半。(知识产权局负责)

同时,通知中表明要大力清理废除妨碍统一市场和公平竞争的各种规定和做法,保障不同所有制主体在资质许可、政府采购、科技项目、标准制定等方面的公平待遇,破除地方保护;对于具有垄断性的行业,根据不同行业特点放开竞争性业务。今后制定政策都要进行公平竞争审查评估,出台优惠政策也要以普惠性政策为主。(发展改革委、市场监管总局牵头,各地区、各部门负责)

主要措施:

- (1)2018年组织各地区、各有关部门完成对清理废除妨碍统一市场和公平竞争政策文件、执行公平竞争审查制度情况的自查; 2019年修订《公平竞争审查制度实施细则(暂行)》,健全相关制度。(发展改革委、市场监管总局牵头,各地区、各部门负责)
- (2)2018 年清理废除现有政策措施中涉及地方保护、指定交易、市场壁垒等的内容。持续查处并公布行政垄断案件,纠正滥用行政权力排除限制竞争行为。(市场监管总局负责)
- (3) 在政府采购领域政策制定中严格落实公平竞争审查评估相关规定,维护公平竞争市场环境。(财政部负责)

来源:中国政府网

NO.5

爱情公寓版权纷争一审:原投资方诉摄制方被驳回

《爱情公寓》系列电视剧热映,以该剧为主题的电影也将搬上 银幕。就在电影上映前夕,上海市徐汇区人民法院(以下简称上海 徐汇法院)对该系列影视剧投资方与摄制方长达七年的纷争作出了 一审判决。

日前,上海徐汇法院对《爱情公寓》电视剧 1、2 部投资方诉摄制方的知识产权合同纠纷案一审宣判,法院驳回原告联凡计算机技术(上海)有限公司(简称联凡公司)全部诉讼请求。法院认为,投资方联凡公司没有证据证明曾向摄制方上海高格文化传播有限公司(简称高格公司)主张过权利授权使用后的相关经济报酬,高格

公司并无向联凡公司支付许可使用报酬的合同义务。

小成本制作, 前两部取得成功

据法院透露,联凡公司是"爱情公寓"网络社区的经营者。 2008年5月,高格公司找到联凡公司,欲拍摄一部情景喜剧,由 联凡公司提供资金,高格文化公司提供剧本并进行摄制。双方约定, 高格公司负责该剧的摄制工作及其他相关事宜,联凡公司取得该剧 的一切权利。

2009年8月5日,双方合作的以《爱情公寓》为片名的电视剧在江西卫视首播。作为一部低成本制作的电视剧,上映后却取得了意想不到的成功,收视率不断攀升,收视份额始终位于同时段首位。

就在《爱情公寓》还在各个电视台不断地热播中,2009年12



月4日,联凡公司与高格公司签订了《20集电视连续剧〈爱情公寓2〉制作协议书》。双方约定,合作模式为联凡公司出资,委托高格公司按照协议约定完成电视剧制作。关于利润分配,高格公司获得广告分红以及衍生品利润5%,联凡公司获得95%。

《爱情公寓2》电视剧的制作也取得了成功,收视率不断攀升,该系列电视剧的热播让续集拍摄提上了日程。

摄制成本上升,制造合作矛盾

然而前两部剧的热播直接推升了后续制作成本。高格公司提出《爱情公寓3》需要投资5000万元,而联凡公司只愿意出资50万-100万元,并以前两部剧的相关权利和市场影响力作为投资,以获得后续剧集5-10%的收益。但是高格公司对此并不同意。

2011年2月11日,在双方拍摄并未谈拢的情况下,联凡公司出具《续集开发授权声明》,同意授权高格公司拍摄《爱情公寓》续集,并有权处理该影视剧系列相关制作、开发等事宜。高格公司出具《续集开发声明》承诺,续集继续沿用"爱情公寓"名称,不可擅自更改,联凡公司继续享有主要出品方权益。

此后,高格公司和联凡公司未再就《爱情公寓》后续剧集的开发、制作签订其他协议。此后,高格公司与上海辛迪加影视有限公司(以下简称辛迪加公司)拍摄、制作了电视剧《爱情公寓3》《爱情公寓4》,联凡公司并未投资参与其中。

2011年7月13日,《爱情公寓3》举行开机仪式,联凡公司主要负责人出席并发表讲话。2016年1月26日,联凡公司发函通知高格公司解除上述著作权及其他商品化权利许可使用合同。

起诉续集制作方,索要高额赔偿

2015年6月18日,联凡公司向法院起诉高格公司和辛迪加公司,认为高格公司和辛迪加公司拍摄的《爱情公寓3》《爱情公寓4》侵犯了电视剧《爱情公寓》《爱情公寓2》的著作权,并且擅自使用了《爱情公寓》系列电视剧的特有名称,构成不正当竞争,故要求高格公司和辛迪加公司立即停止侵权、赔偿经济损失以及刊登声明消除影响。

2016年4月18日,联凡公司以案件情况发生变化为由提出撤诉申请并被法院允许。

2017年5月17日,联凡公司向法院再次提起诉讼,要求确认 联凡公司在2011年2月11日签署的《续集开发授权声明》已于2016年1月27日解除,高格公司支付合同解除前复制、改编电视 剧《爱情公寓》《爱情公寓2》制作《爱情公寓3》《爱情公寓4》、 使用"爱情公寓"作为其电视剧名称的报酬5000万元,后审理中变更为500万元。

高格公司认为,虽然联凡公司放弃对拍摄续集的优先投资权,但其仍在后续电视剧的制作中沿用"爱情公寓"名称,也将联凡公



司首席运营官列为了电视剧出品人,将其经营的"爱情公寓"网站信息载入了片尾字幕,履行了声明中承诺给予联凡公司的主要出品方权益。除此之外,双方并未约定还需向联凡公司支付其他报酬。对于联凡公司的其他主张,高格公司也不予认同。

法院宣判: 放弃投资后权利已得到维护

关于双方的报酬约定,法院认为,双方在相关协议中未明确经济对价。实际履行时,无论是从 2011 年 2 月出具授权声明,还是同年 7 月举行开机发布会,甚至直至 2015 年联凡公司向法院提起诉讼,联凡公司都没有证据证明曾向高格公司主张过权利授权使用后的相关经济报酬。

因此高格公司并无向联凡公司支付许可使用报酬的合同义务。 因此,联凡公司依据《合同法》以高格公司拒绝履行支付权利授权 的许可使用报酬的合同义务致使其合同目的不能实现为由,主张法 定解除权,显然不能成立。

关于主要出品方权益,法院认为,双方出具的声明中虽未明确"主要出品方权益"的具体内容,但在合同的实际履行中,高格公司在后续电视剧中将联凡公司主要负责人作为出品人进行了署名,并对联凡公司运营的"爱情公寓"网站信息进行了介绍,该行为已彰显了联凡公司的相关权益。

因此,双方对于联凡公司放弃优先投资权并授权高格公司使用相关权利的对价范围已在实际履行中予以体现,其中不包括支付权利授权的许可使用报酬的内容。另外,联凡公司在出具授权声明前确曾试图通过一定投资加权利授权以获取后续剧集的利益分配,但与高格公司协商未成后,联凡公司仅出具了授权声明,未进行任何投资,也不能提供证据证明双方在声明出具后就利益分配进行了进一步的磋商。

最终法院认定,高格公司并无向联凡公司支付许可使用报酬的 合同义务,并以此为由主张解除合同不予支持。上海徐汇法院判决 驳回联凡公司全部诉讼请求。

来源:澎湃新闻网



10.6 "红星照耀中国"书名译名引发版权之争 专家: 书名不受保护

导读:埃德加·斯诺决然想不到,他过世四十多年后,其著作《红星照耀中国》依然会在中国掀起几百万册的狂销,而且因为他的书,两家著名的出版社——人民教育出版社和人民文学出版社近日会引起书名译名版权之争,一时成为出版界关注的焦点。

"下架通知函"与"谴责声明"的对决

"关于人民教育出版社《红星照耀中国》一书的下架通知函"是整个事件的"导火索",来自人民文学出版社的通知函是8月6日发出的。通知函称,董乐山译本《红星照耀中国》的版权所有人已将该书的专有出版权授予人民文学出版社,"红星照耀中国"的书名属于董乐山先生原创,其版权归属董乐山先生和人民文学出版社所有。人民教育出版社近日出版的《红星照耀中国》涉嫌侵犯人文社和董乐山先生的权益,因此正通过法律手段维护自己的合法权益。

人民教育出版社则以"关于人教版《红星照耀中国》出版合法合规暨对人民文学出版社不公平竞争谴责声明"予以回应。该声明提到,人教版《红星照耀中国》依据 1938 年复社(经埃德加·斯诺授权)出版的权威版本刊印,这是唯一经斯诺本人看过的、最权威的译本,具有重大的历史影响力。声明表示,该书通过了中共中央党史和文献研究院的审读,由国家新闻出版署正式下文同意出版。因此人教版《红星照耀中国》译本的出版合法合规,人教版对该译本的版权及其他相关权利具有合法性和完整性。这份声明还对人民文学出版社损害其声誉的不公平竞争行为表示谴责,并保留采取相关法律措施追究其侵权责任的权利。截至昨天,记者注意到,人教版《红星照耀中国》还在京东、天猫、亚马逊中国等各大图书销售平台销售。

长江文艺版《红星照耀中国》横空出世

也许是凑巧,就在两家出版社之争正酣之时,另一本《红星照耀中国》在网上已悄然进入预售阶段,这是由长江文艺出版社出版的。

长江文艺出版社公布了斯诺基金会的授权证书,该基金会指定译者王涛在斯诺修订版的基础上重新翻译这部经典。授权证书特别标明,"该译本为斯诺基金会官方推荐认可的版本。"值得一提的是,这颗横空出世的"红星",去年获得版权,序言由斯诺女儿作序,她特别提及,在保留初版原貌的基础上,对本书印刷、拼写上的错误,或与事实细节有所出入的部分做出了校正,部分二手材料被证实有误的,已将其删除或更正。

无论人教社与人文社书名译名版权之争最后结果如何,随着长江文艺出版社《红星照耀中国》的到来,可以预料的是,近期即将有三本"红星"同台角逐。这也意味着,人民教育出版社和长江文艺出版社都将面临同样的问题,《红星照耀中国》尽管译者不同,但都采用了同样的书名,这是否涉嫌侵犯了董乐山和人民文学出版社的权益?

书名是否受著作权法保护

从目前的情形看,问题的焦点看起来落在了译者董乐山先生身上。人文社日前已在其官微发布消息,认为是董乐山第一次将书名译为"红星照耀中国"。因为早在1984年,董乐山就曾撰文《斯诺和他的〈红星照耀中国〉》,其中谈到自己当年受三联书店约请翻译《红星照耀中国》的过程。1975年冬,三联书店总经理范用约他重新翻译《红星照耀中国》一书,"由于当时的政治环境,这个中译本一九三八年二月在上海出版时,并不叫《红星照耀中国》,用的是一个隐晦的书名《西行漫记》。"而董乐山翻译的这本后来于1979年出版。

董乐山还在《我的第一本书》中明确提到,RED STAR OVER CHINA中的单词over,在《英汉大词典》中的意思有"笼罩"、"(势力)在……之上的意味",并没有"照耀"之意,是他创造性地将其译成了"照耀"。事实也的确如此,这个译名此后受到了学界高度评价。

翻译家的翻译过程充满艰辛,但版权专家却有不同观点。华东政法大学教授王迁认为,作品名称与作品本身不同。作品名称通常是个别字词或字词的简单组合,难以较为完整地表达作者的思想感情、展示文艺美感或传递一定量的信息,本身并不受《著作权法》保护。他举例说,"在涉及《舌尖上的中国》书名的著作权纠纷案中,法院认为:涉案书名'舌尖上的中国'系两个通用名词的简单组合,缺乏相应的长度和必要的深度,无法充分地表达和反映作者的思想感情或研究成果,无法体现作者对此所付出的智力创作,不符合作品独创性的要求,不是我国著作权法所保护的作品。"

同济大学法学院教授张伟君也认为书名这样的短语,原则上难以成为作品,而且他认为,"《红星照耀中国》书名虽然翻译很成功,尤其是'照耀'两字比较传神,但基本上还是直译,应该是属于唯一表达的范畴,因此不好禁止别人也这么翻译。"张伟君还特别提醒到,出版译著,除了得到译者授权,还必须有原作品的著作权人许可。"斯诺去世不到50年,《红星照耀中国》原作品尚未进入公有领域,究竟哪家有权出版,或许争议的关键放在这里才合适。"



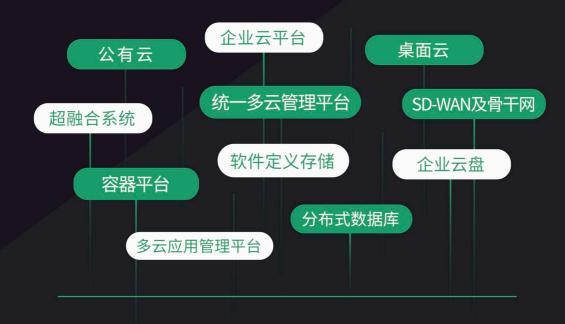


青云QingCloud

企业级全栈云 ICT 服务商

数字化转型解决方案提供商

打造企业级云计算服务全矩阵,帮助企业上云一步到位



支持"公、私、混、托"多形态交付 统一架构 统一体验

秒 级性 能安 全开 放自 主极 低极 高响 应卓 越可 靠中 立可 控T C O自 动化

90,000

青云QingCloud 致力于金融、交通、文娱、零售、政务、能源、 医疗、制造业、服务业等行业的数字化转型,已帮助逾90,000 家企业客户,提高IT系统效能,降低建设和运维投入。



75.1

万件发明专利申请

2018 年上半年,我国发明专利申请量为75.1 万件,华为居首

2018 上半年国内专利排名:华为第一京东方第六。在国家知识产权局举行的2018 年第三季度例行新闻发布会上,国家知识产权局办公室主任胡文辉发布了2018 年上半年重要数据,包括我国专利申请、专利授权及有效专利数据,国际专利申请(PCT)有关数据等。

据介绍,2018年上半年,我国发明专利申请量为75.1万件。发明专利授权21.7万件,其中,国内发明专利授权17.1万件。在国内发明专利授权中,职务发明15.9万件,占93.2%;非职务发明1.2万件,占6.8%。

数据显示,2018年上半年,我国发明专利授权量排名前10位的国内(不含港澳台)企业依次为:华为技术有限公司(1775件)、中国石油化工股份有限公司(1569件)、广东欧珀移动通信有限公司(1520件)、国家电网公司(1242件)、中兴通讯股份有限公司(1028件)、京东方科技集团股份有限公司(904件)、珠海格力电器股份有限公司(787件)、联想(北京)有限公司(697件)、腾讯科技(深圳)有限公司(664件)、中国石油天然气股份有限公司(557件)。

液晶显示行业曾一度被认为是日韩企业的天下。2015年,京东方实现了全球业内新增专利申请量、产品首发覆盖率、智能手机和平板电脑面板市场占有率、高性能超大尺寸产品市占率、毛利率五个"全球第一"。

上世纪 90 年代,由于缺乏核心技术和稳定的液晶屏供应,我国几乎完全依赖进口的液晶显示屏,一个电脑液晶显示屏价格曾经高达三千多元。2005 年,中关村企业京东方自主建设的北京第 5 代 TFT - LCD 生产线投产,终于结束了中国大陆的"无自主液晶显示屏时代"。

据介绍,2017年京东方液晶显示屏出货数量约占全球25%,总出货量全球第一。2018年第一季度,京东方智能手机液晶显示屏、平板电脑显示屏、笔记本电脑显示屏、显示器显示屏、电视显示屏出货量均位列全球第一。

同时,2017年,京东方新增专利申请量8678件, 其中发明专利超85%,累计可使用专利数量超过6万件, 海外新增专利申请超过3000件,覆盖美国、欧洲、日本、 韩国等国家和地区。

来源: 国家知识产权局网站



2018年上半年我国发明专利授权量

排名前10位的 国内(不含港澳台)企业



*

华为技术有限公司(1775件)



中国石油化工股份有限公司(1569件)



广东欧珀移动通信有限公司(1520件)



国家电网公司(1242件)



中兴通讯股份有限公司(1028件)



京东方科技集团股份有限公司(904件)



珠海格力电器股份有限公司(787件)



联想(北京)有限公司(697件)



腾讯科技(深圳)有限公司(664件)



中国石油天然气股份有限公司(557件)

29

1680.7 万件 13816 项



我国有效注册商标量达 1680.7 万件

新华社北京 7月 10 日电(记者 张泉)记者 10 日从国家 知识产权局 2018 年第三季度例行新闻发布会上获悉,截至 2018年6月底, 我国有效注册商标量 1680.7 万件, 平均 每6.1个市场丰体拥有一个有效商标。

2018年上半年, 我国商标注册申请量为358.6万件, 同比增长57.5%: 1月至5月, 我国马德里商标国际注册申 请 2228 件, 位列马德里联盟第三位。

与此同时,我国商标注册便利化水平不断提高,截至6 月底,全国设立6个商标审查协作中心、123个商标受理窗口, 商标注册审查周期从8个月缩短至7个月左右。

近年来, 我国商标申请量从 2014 年的 228 万迅速增长 到 2017 年的 574 万。国家知识产权局商标局预计,今年商 标申请量或将超过800万。高速增长的申请量对商标注册审 查效率提出了更高的要求。

近年来, 我国相继出台了一系列商标注册便利化改革的 措施,大幅度缩短商标注册审查周期。"我们去年年底将商 标注册审查周期缩短到8个月,今年年底将缩短至6个月。" 国家知识产权局商标局副局长崔守东说。

据介绍,按照今年印发的《商标注册便利化改革三年攻 坚计划(2018-2020年)》,到2020年,我国商标注册 审查周期将缩短至4个月以内。"商标注册后续程序的审查 周期都会相应缩短。"崔守东说。

来源:新华社



2017年我国共输出版权 13816 项,同比增长 24.1%

据《2017年新闻出版产业分析报告》,2017年,我国 共输出版权 13816 项,同比增长 24.1%,其中,图书版权 输出由 2013 年的 7305 种增长到 2017 年的 10670 种。总 体来看,我国版权输出得到长足发展,呈现出不少亮点。

从语种上看, 在英文、阿文、法文、西文等版权输出不 断增长的同时, 越南文、泰文、俄文、尼泊尔文等版权输出 实现了较快增长。

2017年,在中国图书版权输出语种的前十位中,阿拉伯 文、越南文、泰文、俄文等"一带一路"沿线国家主要语种 输出 2600 多种, 占比 24.3%, 与 2016 年相比增加近 900 种。从输出国家和地区上看,中国图书版权输出89个国家 和地区。越南、印度、黎巴嫩、泰国、马来西亚、俄罗斯等 15个沿线国家成为我版权输出主要国,总计输出4000多种, 占比 37%。

近年来, 国家新闻出版署组织实施了经典中国国际出版 工程、丝路书香工程、中外图书互译计划、图书版权输出奖 励计划等10个工程项目,涵盖版权输出内容生产、翻译出版、 传播推广、宣传营销等环节,以项目推动版权输出高质量发展。 经典中国国际出版工程、丝路书香工程资助近万种图书向80 多个国家输出版权并翻译出版。

图书版权输出奖励计划对 2011 年至 2016 年实现版权输 出且在海外出版的 1200 多种图书给予普惠制奖励。



国家市场监督管理总局:企业不得擅自将 他人注册商标、未注册驰名商标用作字号

7月9日,国家市场监督管理总局发布关于就《企业名称登记管理条例(征求意见稿)》公开征求意见的公告。《征求意见稿》第二 章第十八规定,"【不得近似】企业名称不得与本条例第十七条所列情况的企业名称近似。企业名称中不得含有另一个企业名称,不得含 有其他法人和非法人组织的名称,经过授权等情形的除外。不得擅自将他人注册商标、未注册的驰名商标、有一定影响的社会组织名称(包 括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等)、网站名称等用作字号,误导公众,经过授权等情形的除外。"

为贯彻落实"放管服"改革精神,深入推进商事制度改革,规范企业名称的登记管理,提高企业名称登记的便利化水平,国家市场监 督管理总局起草了《企业名称登记管理条例(征求意见稿)》,现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见:

- 1. 登录国家市场监督管理总局网站(网址: http://samr.saic.qov.cn/),进人首页主菜单的"互动",点击"工商互动",在右侧的"法 规规章草案意见征集"栏目提出意见。
- 2. 电子邮件: fgs@saic.gov.cn。
- 3. 通信地址: 北京市西城区三里河东路8号国家市场监督管理总局法规司,邮政编码: 100820。 意见反馈截止时间为 2018 年 8 月 8 日。

国家市场监督管理总局 2018年7月9日

企业名称登记管理条例 (征求意见稿)

第一音 总则

第一条【立法目的】为规范企业名称的登记管理,保护企 业的合法权益,维护社会经济秩序,制定本条例。

第二条【适用范围】本条例适用于在中国境内依法需要在 企业登记机关办理登记的企业。

第三条【权利保护】企业只准登记使用一个名称,企业自 登记之日起享有名称权。

第四条【申请要求】申请登记的企业名称,应当符合本条 例的规定。

第五条【登记机关】国家市场监督管理总局主管全国企业 名称的登记管理工作。各级市场监督管理机关作为企业登 记机关,在办理企业登记时依法登记企业名称,监督管理 企业名称的使用,处理企业名称争议,保护企业名称权。

第六条【信息建设】各省、自治区、直辖市市场监督管理 机关应当在国家市场监督管理总局指导下,建立本辖区统 一的企业名称数据库和企业名称申报系统。

第二章 名称基本规范

第七条【名称要素】企业名称应当以国家通用语言文字为 基本的用语用字。

第八条【名称构成】企业名称由行政区划、字号、行业或 者经营特点、组织形式依次组成, 法律、行政法规、国务 院决定和本条例另有规定的除外。

第九条【行政区划】企业名称的行政区划可以是企业所在 地省级(包括省、自治区、直辖市,下同)或者地市级(包 括设区的市、自治州、地区、盟等,下同)或者县级(包 括县级市、县、自治县、旗、自治旗等,下同)行政区划。 市辖区以及经国务院、省级人民政府批准设立的开发区、 垦区等区域名称可以与企业名称的行政区划连用,但不得 单独使用。行政区划可以置于字号之后、组织形式之前。

第十条【字号构成】字号应当由2个以上10个以下的汉 字组成,可以是字、词或其组合,且应当具有显著性。

第十一条【禁止字号】县级以上行政区划的地名不得作为 字号,但另有含义的除外。企业名称不得将行业或者经营 特点用作字号,但其具有其他含义或者具有显著性、社会 公众可以明确识别的除外。

第十二条【行业表述】企业应当根据其主营业务,依照国 民经济行业分类标准划分的类别,在企业名称中标明所属 行业或者经营特点。国民经济行业分类中没有规定的,可 以参照政策文件、行业习惯或者专业文献等表述。法律、 行政法规以及国务院决定对企业名称所属行业的表述另有 规定的,从其规定。行政区划名称或者地名作为行业或者 经营特点限定语,应当具有显著性。

第十三条【组织形式】企业应当根据其组织结构或者责任 形式,依法在企业名称中标明组织形式。法律、行政法规 未规定的,应当按照行业习惯标明组织形式且明确易懂, 不得引人误解。

第十四条【特殊规定】经国家市场监督管理总局或者其授权的地方市场监督管理机关批准,企业名称可以不含行政区划或者不含字号,具体条件由国家市场监督管理总局另行制定。符合国家市场监督管理总局规定条件的企业名称,可以不使用行业或者经营特点表述。

第十五条【含"中国"字词情形】除国务院批准设立的企业外,企业名称不得冠以"中国"、"中华"、"中央"、"全国"、"国家"、"国际"等字词。在名称中间使用"中国"、"中华"、"全国"、"国家"等字词的,该字词应当是行业的限定语。使用境外出资人字号的外商独资企业、外方控股的外商投资企业,可以在名称中间使用"(中国)"字词。

第十六条【禁止内容】企业名称不得含有下列内容和文字:

- (一)有损于国家、社会公共利益的;
- (二)外国国家(地区)名称、国际组织名称及其通用简称、 特定称谓;
- (三)政党名称、党政军机关名称、群团组织名称及其简称、 特定称谓和部队番号:
- (四)违背公序良俗或者有其他不良影响的;
- (五)可能对公众造成欺骗或误解的;
- (六)法律、行政法规以及国务院决定禁止的。

第十七条【不得相同】企业名称不得与下列情况的其他企业名称相同:

- (一)被撤销设立登记、名称变更登记未满1年的;
- (二)已注销登记或者变更登记未满 1 年的企业名称,但 受让企业名称的除外:
- (三)与同一登记机关登记的不使用行业或者经营特点表述的企业名称字号相同,有投资关系的除外;
- (四)其他已登记或在企业名称保留期内的。

第十八条【不得近似】企业名称不得与本条例第十七条所列情况的企业名称近似。企业名称中不得含有另一个企业名称,不得含有其他法人和非法人组织的名称,经过授权等情形的除外。不得擅自将他人注册商标、未注册的驰名

商标、有一定影响的社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等)、网站名称等用作字号,误导公众,经过授权等情形的除外。

第十九条【分支机构名称】企业分支机构的名称应当冠以其所从属企业的名称,并后缀"分公司"、"分厂"、"分店"以及其他组织形式等字词。企业分支机构名称中可以标明该分支机构的行业和所在地行政区划或者地名。企业分支机构名称中可以使用字号,且应当符合企业字号的有关规定。境外企业的分支机构应当在其名称中标明该境外企业的国籍及责任形式。

第二十条【集团母公司及成员名称】设立3家以上全资或者控股企业的企业法人可以组建集团,并可以在企业名称中的组织形式前使用"集团"或者"(集团)"字样,该企业为集团母公司。集团母公司在章程中记载企业集团名称,并将企业集团名称及集团成员通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。经母公司授权,集团成员企业可以在名称中冠以企业集团名称或者简称,并将授权情况通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第三章 登记程序

第二十一条【一般规定】企业名称在办理企业登记时登记, 法律、行政法规、国务院决定和本条例另有规定的除外。 本条例第十五条规定的企业名称经国家市场监督管理总局 或者其授权的地方市场监督管理机关登记方可使用。

第二十二条【申请程序】申请人在办理企业登记时可以采取下列方式提交拟登记的企业名称:

- (一)通过企业名称申报系统提交拟登记的企业名称;
- (二)办理企业登记时直接向企业登记机关提交拟登记的 企业名称。法律、行政法规或者国务院决定规定设 立企业必须报经批准,或者企业经营范围中属于法 律、行政法规或者国务院决定规定在登记前须经批 准的项目的,申请人可以预先向企业登记机关提交 拟登记的企业名称,企业登记机关应当出具企业名 称是否准予登记的审查意见,准予登记的,应当在 申请人办理企业登记时直接予以登记。

第二十三条【电子申请方式】本条例第十五条规定的企业 名称以及无行政区划的企业名称通过国家市场监督管理总 局企业名称申报系统提交申请。其他企业名称通过省级市 场监督管理机关的企业名称申报系统提交申请。企业名称 申报系统对申请人提交的企业名称进行自动查询比对和筛 选,并作出风险提示。

第二十四条【申请人承诺】申请人应当对申请材料的真实 性负责,并提交承诺书,承诺对相近名称可能构成近似自 行承担法律责任,并按照登记机关的要求予以纠正。 第二十五条【名称保留期】通过企业名称申报系统提交完成的企业名称予以保留,保留期为30天。保留期届满未办理企业登记的,申请人可以在届满前申请保留期延期1次,期限为30日。保留期届满未办理企业登记且未申请延期的,企业名称不再予以保留。

根据本条例第二十二条第二款的规定,出具准予登记审查意见的企业名称予以保留,保留期为6个月。保留期届满未办理企业登记的,申请人可以在届满前申请保留期延期1次,期限为6个月。同一出资人在保留期内的企业名称不得超过3个。企业名称在保留期内,不得用于从事经营活动,不得转让。

第二十六条【在先原则】两个以上申请人向企业登记机关申请登记相同企业名称的,企业登记机关依照申请在先原则办理登记。

第二十七条【登记审查】企业登记机关在办理企业登记时, 发现企业名称不符合本条例规定的,应当责令申请人进行 变更,申请人拒不变更的,作出不予登记的决定并说明理由。 企业登记机关对企业名称是否存在本条例第十八条情形不 予审查,告知申请人存在的风险,由申请人承诺自行承担 法律责任。

第四章 名称使用

第二十八条【使用原则】企业使用名称应当遵循诚实信用 原则,不得滥用企业名称权损害国家利益、社会公共利益 或者他人合法权益。

第二十九条【简化使用】企业的印章、银行账户等所使用的名称应当与登记的企业名称相同。从事商业、公共饮食、服务等行业的企业名称牌匾可适当简化,但不得与他人有一定影响的商业标识相同或者近似,误导公众。

第三十条【名称转让】企业名称可以随企业一并转让。企业名称只能转让给一户企业。企业名称的转让方与受让方应当签订书面合同,并将企业名称转让信息通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。企业名称转让后,转让方不得继续使用已转让的企业名称。

第三十一条【授权使用】企业可以授权其他企业使用本企业字号,但不得损害其他企业的在先合法权益。授权企业与被授权企业应当签订书面合同,在办理登记时一并报被授权企业所在登记机关,并分别将企业名称授权使用信息通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第五章 监督管理

第三十二条【违反规定处理】企业登记机关有权纠正不符 合本条例规定的企业名称,上级企业登记机关有权要求下 级企业登记机关纠正不符合本条例规定的企业名称。 第三十三条【争议裁决】企业认为其他企业违反本条例第十七条和第十八条第一款规定,侵害本企业名称权的,可以向人民法院提起诉讼,或者自知道或应当知道权利被侵害之日起三年内,请求侵权企业的登记机关作出行政裁决。企业登记机关收到申请后,可以对名称争议进行调解。调解达成协议的,当事人应当履行;调解未达成协议的,由企业登记机关作出决定,并书面通知当事人。企业登记机关认定构成侵权的,应当责令侵权人停止使用企业名称并办理名称变更登记。企业名称争议行政裁决具体办法由国家市场监督管理总局另行制定。

第三十四条【混淆查处】企业名称登记和使用中涉嫌不正 当竞争行为的,由市场监督管理部门依据《反不正当竞争法》 等法律规定处理。

第三十五条【强制除名】人民法院或者行政机关认定企业 名称应当停止使用的,企业应当自收到人民法院生效的法 律文书或者行政机关处理决定之日起 30 日内办理名称变更 登记;名称变更前,由企业登记机关以统一社会信用代码 代替其名称。逾期未提出变更申请的,将其列入经营异常 名录。

第三十六条【信用监管】各级市场监督管理部门对违反本条例规定的企业建立信用记录,纳入全国信用信息共享平台,并依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第三十七条【登记机关责任】企业登记人员利用职务之便 弄虚作假、玩忽职守,对不符合登记条件的企业名称予以 登记,或者对于符合登记条件的企业名称不予登记,造成 严重影响或者严重社会危害后果的,依法追究行政责任。

第六章 附则

第三十八条【禁限用规则】国家市场监督管理总局应当根据法律法规等规定,制定企业名称禁止性和限制性规则。

第三十九条 [技术规范] 国家市场监督管理总局负责制定企业名称数据库和企业名称申报系统的技术规范。

第四十条【参照执行】在企业登记机关登记的农民专业合作社和其他组织的名称登记管理,参照本条例执行。

第四十一条【施行时间】本条例自 年 月 日起施行。1991 年 5 月 6 日国务院批准、1991 年 7 月 22 日国家工商行政 管理局令第 7 号发布的《企业名称登记管理规定》同时废止。

来源,中国市场监管





问题一、公司、农民专业合作社可否作为地理标志商标申请人?答:不可以。

地理标志属于区域公共资源。地理标志商标注册人应 当是当地的不以赢利为目的团体、协会或者其他组织,一 般为社会团体法人、事业单位法人,其业务范围与所监督 使用的地理标志产品相关。

地理标志申请人必须经地理标志所标示地区县级以上 人民政府或行业主管部门授权其申请注册并监督管理该地 理标志。

地理标志商标的具体使用人必须是来自该地理标志标 示地区的生产经营者。

问题二、我想申请"高老庄西瓜"地理标志商标,高老庄是我们县里的一个乡镇名称,能否由高老庄乡政府出具授权文件?答:不可以。

地理标志属于区域公共资源,申请人应提交地理标志 所标示地区的县级以上人民政府或者行业主管部门同意该 申请人申请注册并监督管理该地理标志的文件。鉴于各地 行业主管部门设置并不统一,为避免机构调整及人员更替 引发主管部门授权的稳定性,建议由地理标志所标示地区 的县级以上人民政府授权为宜。

问题三、我想申请"高老庄西瓜"地理标志商标,在填报商标注册申请书时,商品项目栏能否填"新鲜水果"?答: 不能。

地理标志具有特定品质,一般应指向单一的具体商品。 因此,地理标志商标的指定使用商品不能笼统地表述为活动物、新鲜水果、中药材、谷类制品等某一类商品的统称。如 所报地理标志商标为"日照绿茶",其指定使用商品应为"绿茶";所报地理标志商标为"东台西瓜",其指定使用商品应为"成品应为"西瓜(新鲜水果)"。

由于我国地大物博,资源丰富,许多物产的称谓具有 区域或民族特色,这些物产作为地理标志商标申请时,指 定使用商品既可以是商标中包含的特定的单一商品名称, 也可以是常用的单一商品名称。如: 所报地理标志商标为"黄 梅挑花",其指定使用商品既可以是"挑花",也可以是"丝织美术品"。

问题四、我们红旗乡生产富硒枇杷,能否申请"红旗富硒 枇杷"地理标志商标?答:不可以。

"硒"是一种对人体有益的微量元素。我局经研究决定,对含"硒"或"富硒"文字表述的地理标志商标申请,满足以下条件予以初步审定:

- (一)指定使用商品的生产地域范围在国家确定的自然土壤含硒或富硒地区:
- (二)国家标准或行业标准对指定使用商品的硒或富硒含量已有明确的规定;
- (三)使用管理规则中指定使用商品品质特征表述有明确的符合国家标准或行业标准的硒或富硒含量的指标, 且明确表述该指定使用商品含"硒"或"富硒"是 在生长过程中从自然土壤中吸收。

对于指定使用在没有含"硒"或"富硒"国家或行业标准商品上的含"硒"或"富硒"的地理标志商标,以及指定使用在有含"硒"或"富硒"地方标准或企业标准的商品上的含"硒"或"富硒"的地理标志商标,因硒含量无法统一,为保证地理标志商品的特定质量,维护地理标志商标信誉,更好地引导消费和保障食用安全,以"易使消费者对商品原料或品质特点产生误认"为由,依法予以驳回。

目前,仅有"大米"和"茶"有明确的富硒行业标准。 因此,"红旗富硒枇杷"不能核准为地理标志商标。

问题五、内部资料可否作为地理标志客观存在及信誉情况的证明材料?答:不可以。

提交地理标志产品客观存在及信誉情况证明材料是地 理标志确权的重要依据。该证明材料包括公开出版的县志、 农业志、产品志、年鉴、教科书、国家级专业期刊等,可 以是原件,也可以是加盖出具单位公章的封面、版权页、 内容页的复印件。 前进化对助准济针映结务理申供言: 标进服地贫展来主审编志 15 分深册步水标区商来问工了标问参深 15 分额 15 分额 15 分额 16 分别 17 分别 18 分别 18 小精经局反,实地册,





▲ 来去杨梅

▼ 金乡黑蒜



根据《内部资料性出版物管理办法》第十五条的规定,内部资料严格限定在本行业、本系统、本单位内部交流,因此不能作为地理标志客观存在及信誉情况的证明材料。

问题六、《来去县志》记载"来去县出产各种亚热带水果,以柑桔、杨梅、李为大宗",能否将其作为"来去杨梅"地理标志客观存在及信誉情况的证明材料?答:不可以。

地理标志是在历史中客观形成的,其表现形式一般为"地理名称+商品通用名称"。"来去县出产各种亚热带水果,以柑桔、杨梅、李为大宗"仅表明来去县出产杨梅,但无法证明"来去杨梅"地理标志的客观存在及信誉。如果县志中的表述为"来去杨梅驰名邻近各省、县,50年代就被确定为省杨梅生产基地县之一",就可以作为"来去杨梅"地理标志客观存在及信誉情况的证明材料。

问题七、委托检测协议里能否将检测内容约定为对地理标志产品质量的检测?答:不能。

地理标志应具有特定品质,对地理标志商品的检测应是对其特定品质的检测,而不是质量检测。

地理标志申请人应是对所报地理标志商品具有监督和检测能力的组织。申请人自身具备检测能力的,应提交申请人的检测资质证书、检测人员名单及检测设备清单;自身不具备检测能力的,可以委托具有检测资质的机构对所报地理标志商品的特定品质进行检测,两者签订委托检测协议,协议中必须明确委托检测内容是地理标志商品的特定品质,此外还应提交受托方的检测资质证书、检测人员名单及检测设备清单。上述材料均需加盖出具方公章。

问题八、我们东方乡的马铃薯非常有名,想申请"东方马铃薯"地理标志商标,生产地域范围证明应由谁出具?答: 地理标志商品的生产地域范围既可以由证明地理标志客观存在及信誉情况的历史材料确定,也可以由该地理标志所标示地区的人民政府或行业主管部门出具的生产地域范围证明文件划定。地理标志商品的生产地域范围跨两个乡、镇、县、市的,应由该乡、镇、县、市的共同上级人民政府或行业主管部门出具。

"东方马铃薯"的产地范围在东方乡,其生产地域范围证明可以由东方乡 人民政府或其上级政府(行业主管部门)出具。

问题九、我们申请了一个地理标志,在商标局官方网站上下载了使用管理规则范本,其中第五条要求写明地理标志与生产地域特定的自然地理环境之间的关系,这个应该怎么表述比较规范?答:使用管理规则第五条第二部分应该对产地自然因素中对地理标志商品特定品质产生影响的各个方面进行详细分析,不能仅仅罗列产地的气温、光照、降水、土壤、河流等自然条件,而要把某个具体时间、某个具体环境要素对产品的某一项特定品质产生的具体影响的过程推理清楚。

有时候也可以将产地人文因素对地理标志商品特定品质产生的影响结合在一起描述,包括种植区域(如山前山后、朝向)、种植时节的选择,特殊的生产建筑(如流入磨坊),当地特有的生产技术等。

比如,关于"金乡黑蒜":金乡县属温带季风型大陆性气候,四季分明,雨热同期,春夏季节长,秋冬季节短。秋播大蒜多在10月上旬播种,

播种期要求日平均气温稳定且超过 16℃。金乡常年 10 月上旬日平均气温在 17.6℃,有利于蒜苗在入冬前形成 5 叶 1 心的壮苗,从而安全越冬。翌年 3 月下旬至 4 月上旬为大蒜起身期,是大蒜生长的最关键时期,需要较高的地温,要求日平均气温稳定超过 12℃。金乡这一时期常年平均气温为 12.3℃,十分适宜。5 月中下旬是大蒜的成熟期,虽然 4-5 月期间金乡降水稀少,但金乡县地处南四湖西,河流众多,充沛的弱碱性地下水,保证了大蒜起身期和成熟期对水分的需求,而且含水量适中的土壤,既有利于大蒜生长又保证不会腐变,更有利于蛋白质、钠等干物质的积累。当地的潮土和水稻土,透气性好、肥水畜纳,有益微生物活动,有利于大蒜肥水的良好吸收。金乡黑蒜就是由完整、饱满、未剥皮、无霉点的金乡大蒜,用当地弱碱性水浸泡晾干后,在 60-90 摄氏度的高温高湿密制容器中经过 40 天特殊发酵而成。

又如,关于"永定山茶":该区域属亚热带海洋性季风气候,气候温和,冬暖夏凉,雨量充沛,且地貌为典型的中低山丘陵,森林植被茂密,空气中湿度较高。群峰相连,峡谷纵横,使得该区域如同一个天然的盆地,有利于植物和地表水蒸腾到空气中的水分聚集,形成雾珠,使红橙黄绿青蓝紫七种可见光中的红黄光得到加强,从而提高茶叶中叶绿素、茶多酚和氨基酸的含量,这些是提高茶叶色泽和滋味不可缺少的物质。茶树根的汁液中含有较多的柠檬酸、苹果酸、草酸及琥珀酸等有机酸。这些有机酸所组成的汁液,对酸性的缓冲力较大,对碱性的缓冲力较小,茶树在生理上需要酸性土壤。该区域山地土壤大多为酸性黄壤土,非常适宜茶树生长。永定山茶来自本地野生茶,经过长期人工选育而成,具有茶多酚含量高的特点,其鲜嫩叶的茶多酚含量在31%以上。永定山茶的制作仍沿用传统的手工方法,做青时,采取重萎轻摇、轻萎重摇、多摇少做、先轻后重、先少后多、先短后长、看青做青的独特技术。此传统技术对纯化鲜茶叶中氧化酶活性的效果优于其他工艺技术,仅次于绿茶炒青,能有效地抑制鲜叶中的茶多酚等的酶促氧化,保留鲜叶中大部分茶多酚。独特的自然条件、独特的品种和独特的传统制茶工艺造就了永定山茶独特品质。

此外,还需注意,每个地理标志的产地都有促成该地理标志特定品质形成的特有环境,因此地理标志商品特定品质与产地自然因素、人文因素的联系各不相同,不能抄袭照搬。

问题十、商标局官方网站上提供了地理标志集体/证明商标使用管理规则的模本,其中第六条要求写明地理标志商品的特定品质,这个应该怎么表述比较规范?答:特定品质包括地理标志商品的感官特征、量化指标或其特殊的制作方法。感官特征包括形状、尺寸、颜色、纹理等视觉特征和嗅觉、味觉感知等等。量化指标包括所属族、种等生物特征,重量、密度、酸碱度等物理特征,水分、蛋白质、脂肪、微量元素含量等化学特征。制作方法包括对加工技术的描述以及最终产品的质量标准,如动物产品的饲养过程、屠宰方法等,植物产品的种植过程、收获实践、储存方式等,传统手工艺品的原材料、配料和制作过程等等。描述地理标志商品的特定品质,一定要围绕该地理标志商标指定使用的商品进行,如"羊(活动物)"与"羊肉"、"新鲜辣椒"与"辣椒(调味品)"就有所不同。

比如,关于"江安黑山羊",指定使用在"羊(活动物)"商品上时是这样描述的:全身被毛呈黑色,毛细匀短浅;体型中等大,体质结实,各部位结构匀称、紧凑;公羊角粗大,角长 16-19 厘米,向后下弯曲呈镰刀形,有须;母羊角较小、呈八字形;头大小适中,额髋面平,鼻梁微隆,竖耳;颈长短适中,背腰平直,胸部深广、肋骨开张,荐部较宽,尻部较丰满;公羊睾丸对称,大小适中,



永定山茶园

江安黑山羊



发育良好;母羊乳头两个,无附乳头,呈球形。体略高但整体匀称,公羊平均体重约31.45公斤,平均体高约67.25厘米(根据……研究报告公布的数据,高出其他同类公山羊5-7厘米);母羊平均体重约29.47公斤,平均体高约59.71厘米(根据……研究报告公布的数据,高出其他同类母山羊2-4厘米)。

"江安黑山羊"指定使用在"羊肉"商品上时是这样描述的:肌肉有光泽,红色均匀,脂肪洁白或淡黄,色肉色佳;外表微干或微湿润不黏手,新切面湿润但不黏手;切面肉致密,指压后凹陷可以迅速的恢复原状;具有鲜羊肉固有的气味,膻味相对其他较轻,无臭味,无异味。煮肉汤透明澄清,脂肪团聚于表面,具有香味。蛋白质含量≥22.6%(根据……研究报告公布的数据,高出其他同类山羊肉约0.3%),脂肪含量≤3%(根据……研究报告公布的数据,低于其他同类山羊肉约2.5%)。

问题十一、商标局官方网站提供的地理标志集体 / 证明商标使用管理规则范本的第十四条、十五条涉及地理标志商标被许可使用人的权利、义务,其中的"其他权利"、"其他义务"应该怎么表述?答:商标局官方网站提供的是地理标志集体 / 证明商标使用管理规则的范本,"其他权利""其他义务"字样是为了提示地理标志商标申请人可以根据自己管理的需要,对地理标志被许可使用人设定更多的权利、义务。如果有,应明确权利、义务的具体内容;如果没有,应将"其他权利""其他义务"字样删除。

问题十二、我想申请"凤凰腊肉"地理标志证明商标,但经查询,在29类"腌制肉"上已经注册了"凤凰"商标,那"凤凰腊肉"还能核准注册吗?答:不能核准注册。

地理标志商标作为商标的一种类型,应遵循《商标法》第三十条的规定。在地理标志商标与普通商标进行近似性比对时,如果地理标志商标申请在后,普通商标申请在前,应当结合地理标志集体商标的知名度、显著性、相关公众的认知等因素,从不易构成相关公众混淆误认的视角,准予核准注册为宜;如果地理标志商标申请在前,普通商标申请在后,从容易导致相关公众对商品或服务来源产生混淆误认,不当攀附地理标志商标知名度的视角,可以认定二者构成近似商标,对普通商标不予核准注册。

问题十三、我是外国的申请人,想在中国申请注册地理标志, 主体资格证明、原属国法律保护证明这些材料是否需要认证? 答:需要认证。

认证是指一国的外交、领事机关在公证文书上证明公证 机关的最后一个签字或印章属实的手续。中国目前尚未加 入《取消对外国公文认证要求公约》。

《商标法实施条例》第五条规定:外国人或者外国企业的代理委托书及有关的证明文件的公证、认证手续,按照对等原则办理。

国外申请人在商标局提交地理标志商标申请时,应将在 国外生成的相关材料进行认证手续之后再行提交。这些材料包括:申请人的主体资格证明文件、该地理标志以其名 义在其原属国受法律保护的证明、申请人获得监督管理该 地理标志权利的证明材料、申请人的检验能力证明材料。

问题十四、普通集体 / 证明商标的使用管理规则中是否一定要有明确的品质标准?答:一定要有。

《集体商标、证明商标注册和管理办法》第十条规定, 集体商标的使用管理规则应当包括使用该集体商标的商品 的品质;第十一条规定,证明商标的使用管理规则应当包 括该证明商标证明的商品的特定品质。

商标局官方网站提供了普通集体 / 证明商标的使用管理规则范本,其中第五条为集体 / 证明商标使用者经营的商品 / 提供的服务所应达到的品质标准,申请人应将其所报的每一项商品 / 服务的品质标准予以明确。

普通集体商标使用管理规则中规定的使用该集体商标的 商品或服务的品质标准可以是国家标准、行业标准、地方 标准,也可以是自定标准。

普通证明商标使用管理规则中规定的使用该证明商标的 商品或服务的品质标准应高于国家标准。

问题十五、我们已经注册了普通商标,现在又想将已注册的普通商标标识注册为集体商标,是否可行?有没有什么具体要求?答:不可行。

地理标志集体商标、地理标志证明商标、普通集体商标、 普通证明商标、普通商标均为不同的商标类型,其使用方式, 注册人和使用人的权利、义务等并不相同。如普通商标注 册人可以依意愿许可任何其他主体使用,集体商标的使用 人只能是该集体组织的成员,且其商品或服务应达到使用 管理规则中确定的品质标准。因此,即使是同一申请人, 也不可以在相同或类似商品上注册两种不同类型的相同或 近似商标。

如果已经注册了普通商标,又想将这个标识注册为集体商标,就必须注销之前注册的普通商标。

来源:商标局



知识产权保护先行

修订后的《奥林匹克标志保护条例》正式施行

018年7月31日,在我国成功获得2022年冬奥会举办权3周年之际,修订后的《奥林匹克标志保护条例》 (下称《条例》)正式施行。当天,北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会(下称北京冬奥组委)向国家知识产权局商标局(下称商标局)提交了首批奥林匹克标志和残奥会标志公告申请,包括14件奥林匹克标志和4件残奥会标志,涵盖北京2022年冬奥会和冬残奥会的会徽及中英文名称等专有标志和名称。

"依照《奥林匹克宪章》和主办城市合同,对奥林匹克财产和残奥会财产,特别是对相关品牌进行保护,是推动奥林匹克运动持续发展、维护赛会形象和声誉的必要条件,也是主办国和主办城

市的应尽义务。"北京冬奥组委法律事务部副部长刘洪波表示,筹办好北京 2022 年冬奥会和冬残奥会,离不开法治的有力保障。

完善制度 强化保护

保护奧林匹克标志是《奧林匹克宪章》的要求,也是 奥运会申办报告和主办城市合同等申办文件的重要内容。 2002年2月,我国制定了《奥林匹克标志保护条例》, 并于同年4月1日起施行,主要着眼于对2008年北京 奥运会这一特定届次的奥运会标志提供保护。随着2022 年北京冬奥会的成功申办,按照申办文件要求,需要将 2022年北京冬奥会的相关标志纳入保护范围,进一步加



强保护,并对通过制造与奥林匹克运动的虚假联系来牟利 的隐性营销行为等进行规制。

2017年7月,国家体育总局、原国家工商行政管理总局向国务院报送了《奥林匹克标志保护条例(修订草案送审稿)》(下称送审稿)。在向有关部门及社会征求意见并赴北京、张家口进行调研的基础上,原国务院法制办会同国家体育总局、原国家工商行政管理总局、国家知识产权局和北京冬奥组委等有关部门对送审稿反复研究、修改,形成了《奥林匹克标志保护条例(修订草案)》。2018年6月28日,我国正式公布修订后的《条例》。

品源资讯



修订后的《条例》规定,国务院市场监督管理部门、 知识产权主管部门负责全国的奥林匹克标志保护工作,权 利人应当将奥林匹克标志提交国务院知识产权主管部门并 由其公告。

"奥林匹克标志是奥运会和奥运精神的象征。"商标局副局长陈文彤介绍,中国政府高度重视知识产权保护工作,修订后的《条例》明确规定权利人将奥林匹克标志提交国务院知识产权主管部门公告,扩大了奥林匹克标志及其权利人的范围,简化了奥林匹克标志公告和许可程序,增设了奥林匹克标志有效期和续展程序,加强了对奥林匹克标志专有权的保护,增加了对隐性营销行为的规制。商标局将对北京 2022 年冬奥会和冬残奥会提供全力支持。

多措并举 严格保护

"通过对《条例》进行修订,加强了对奥林匹克标志的全面、持久保护,更好地满足了奥林匹克支持者的维权需要。"刘洪波介绍,此次提交的奥林匹克标志和残奥会标志申请公告后,北京冬奥组委将积极行使标志权利人的权利,在充分开发、利用和维护相关标志品牌价值的同时,与市场监管部门及知识产权部门等单位加强沟通,研究有关奥林匹克标志公告、许可情况披露、有效期续展等规定的实施方式,协助做好《条例》落地的配套工作。

与此同时,作为有关奥林匹克标志的权利人,北京冬 奥组委将严格遵守并用好《条例》,积极建立健全与行政 执法部门和司法机关的案件线索发现、移交机制,加强对 使用奧林匹克标志行为的监控,对于侵权行为予以坚决制止。此外,北京冬奥组委将针对《条例》,将对社会公众的普遍宣传与对重点领域和重点行业人群的系统培训结合起来,形成自觉维护奥林匹克知识产权的良好氛围,向国际社会展现主办国严格保护知识产权的良好形象。

事实上,早在北京 2022 年冬奥会和冬残奥会会徽发布前夕,国家知识产权局便与北京冬奥组委积极沟通、密切配合,支持其将北京 2022 年冬奥会会徽"冬梦"和冬残奥会会徽"飞跃"提交了标贴、标牌和 GUI等 3 类多件外观设计专利申请。此外,国家知识产权局还配合北京冬奥组委加强协作,做好 2022 年北京冬奥会火炬、吉祥物等的专利申请、审查工作,并部署在北京、河北等重点地区组织开展专项行动,加大对涉及奥林匹克知识产权侵权假冒行为的打击力度,不断建立健全相关举报投诉机制,提升涉及奥林匹克知识产权执法维权的效率与水平。

"全国知识产权系统将扎实推进涉及奥林匹克标志知识产权的保护工作。"国家知识产权局有关负责人表示,国家知识产权局将制定专项工作方案,加强对侵犯奥林匹克标志专有权行为的打击力度,构筑较为完善的奥林匹克标志知识产权保护体系,进一步提高我国对奥林匹克标志的知识产权保护水平,为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会的顺利举办提供强有力的法律支撑,彰显我国严格保护知识产权的大国风范。

39

以 & 公司

skr! skr!

华为智能手机销量首超苹果,跃居全球第二! 更令人惊讶的是这份知识产权…

月2日,随着苹果公司收盘股价上涨2.92%,报 收 207.39 美元, 市值达到了 10016 亿美元。至此, 全球第一家市值破万亿美元的公司正式诞生! 一万 亿美元, 1后面带 12个0, 一个突破了我们想象力的数字。

全球 200 多个国家里只有 16 个国家的 GDP 突破了 1 万亿美元,苹果市值可以排在全球第17位,直逼俄罗斯的 经济总量。

虽然苹果在股市上成绩斐然,但是手机销量却不尽人 意!知名调研机构 IDC 公布了 2018 年 Q2 (第二季度) 的全球市场智能手机销量数据。数据显示, 2018 第二季度 全球智能手机总出货量为 3.42 亿台, 同比下滑 1.2%。

第二季度销量前五名的品牌是三星、苹果、华为、小米 和 OPPO, 但第二季度华为以 5420 万台的销量超越了苹 果的 4130 万台,以 15.8% 的市场份额跃居第二位。而这 一结果也被另一家调研机构 Canalys 证实。

供应商	2Q18 发货	2Q18市 场 份额	2017年第2季 度 发货	2Q17市 场 份额	今年超 額 年变化
三星	71.5	20.9%	79.8	22.9%	-10.496
华为	54.2	15.8%	38.5	11.0%	40.9%
3.苹果	41.3	12.1%	41.0	11.8%	0.7%
小米	31.9	9.3%	21.4	6.2%	48.8%
5. OPPO	29.4	8.6%	28.0	8.0%	5.1%
其他	113.7	33.2%	139.5	40.1%	-18.5%
æ	342.0	100.0%	348.2	100.0%	-1.8%



在中美贸易摩擦的关键时刻,在美国封杀科技企业的大 背景下,华为超越苹果,简直是扬眉吐气、轰动世界!

任正非曾说没有创新,要在高科技行业中生存下去几乎 是不可能的。在这个领域,没有喘息的机会,哪怕只落后 一点点,就意味着逐渐死亡。

华为是一家创新型的企业吗? 某通信制造商的高管曾经 总结: 过去 20 多年全球通信行业的最大事件是华为的意外 崛起,华为以价格和技术的破坏性创新彻底颠覆了通信产 业的传统格局,从而让世界绝大多数普通人都能享受到低 价优质的信息服务。

事实真的如此吗,让我们一起看看华为在创新、在知识 产权方面的数据吧。

多项专利申请位居第一

截至 2017 年 12 月 31 日, 华为累计专利授权 74307 件; 申请中国专利64091件, 外国专利申请累计48758件, 其中90%以上均为发明型专利。



- * 连续三年, PCT 国际专利申请数量位居全球企业榜首。
- * 连续四年,专利申请数量位居全球专利榜第一位。
- * 2017年,华为欧洲专利申请数量 2398 项,位居世界 第一 I
- * 2017年,华为以 3293件专利,位居我国专利授权量 第二名I
- * 2018 年上半年,华为以 1775 件专利夺得我国发明专利授权量第一名!

创新研发投入连年上升

2016 年,华为总营收 5216 亿元,研发费用达 764 亿元人民币,约占总收入的 14.6%。

2017年,华为研发人员约8万名,占公司总人数的45%。研发费用支出为人民币897亿元,约占总收入的14.9%。过去10年,华为累计研发投入达3940亿元。欧盟委员会的数据显示,2017年,华为研发投入位列全球第六。

近年,华为投入的研发费用占收入的比例已上升至 15% 左右。华为轮值董事长徐直军表示,"未来十年,华 为会保持将每年 15% 左右的销售收入,用于研发投入, 支持华为以创新驱动未来发展的战略。"



华为强调,未来十年他们将以每年超过 100 亿美元的 规模,每年的研发费用保持超过 20% 以上的增长率,持续加大在技术创新上的投入,积极开放合作,持续构建面向未来的竞争力。

按此速度, 今后三到五年内华为的研发费用可能会排 到全球第一位。

我们再来看看其他手机科技企业投入多少?

苹果,2017年在研发上投入的总费用是127亿美元,折合人民币约850亿,看起来这个数字挺多的了,但是研发投入占总营收比例的5.1%。从公司的市值方面来看的话,苹果在2017年的收入,位列美国十大科技公司之首,不过研发费用仅排在第六位。

联想,17/18 财年研发费用为12.74 亿美元,约合人 民币81.42 亿元(不足华为的十分之一),跟16/17 财年的13.62 亿美元,15/16 财年的14.91 亿美元相比,逐年 走低。

小米,2018年1-3月研发费用为11.04亿元,占总营收3.21%,2017年度研发费用为31.51亿元,占总营收2.75%,2016年度研发费用为21.04亿元,占总营收3.07%,2015年度研发费用为15.12亿元,占总营收2.26%。

此外华为拥有全球大企业中研发人数最多的研发团队。 在全球 170 多个主流标准组织中,华为担任了 180 多个 重要职位,包括主席,副主席等。通过与西方国家企业间 的合作,形成了平等的专利交叉许可格局。

由此可见,华为对研发的重视程度远远高于很多公司!

知识产权是核保护伞

早在 2016 年的全国科技创新大会上,华为创始人任正非就发表了《以创新为核心竞争力 为祖国百年科技振兴而奋斗》的主题演讲,他在开篇中说:"未来二、三十年人类社会将演变成一个智能社会,其深度和广度我们还想象不到。"他还说,"越是前途不确定,越需要创造。"

华为是商业驱动型企业,更是技术驱动型企业。在国际竞争日益激烈的现在,科技创新已经成为关键要素,谁牵住了科技创新这个牛鼻子,谁走好了科技创新这步先手棋,谁就能占领先机、赢得优势。专利作为科技创新载体,提前布局好专利战略,才能将市场先机牢牢掌握在自己手里。



不得不说,华为的技术研发实力与持续的投入才让华为手机逐渐走到了今天的引领位置! 伟大的时代,应不负昭华,不辱使命。华为立志成为一家伟大的公司,推动人类的发展。愿华为"把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织,构建万物互联的智能世界。"

来源: 品源知识产权



共享单车没啥技术含量?

摩拜用 450 件专利 怼死你! ⑩ ⑩ ⑩

前,摩拜单车发布免押大数据报告,报告显示,自 2018 年 7 月 5 日全国无门槛免押以来,摩拜单车新增用户超干万。除了免押金,摩拜单车还带来了更好的用户体验。比如,用户使用最新上线的"免扫码解锁"功能,能够快速开启一辆被破坏了二维码的单车,有效解决了破坏二维码造成的车辆无法使用问题,又一次极大地提升了用户体验。而这只是摩拜单车进行科技创新的一个缩影。

作为全球智能共享单车的首创者和领导者,摩拜单车 一直在科技创新上投入巨额的研发经费,积极探索,不断 提升用户体验和运营效率,追求企业与城市的共赢和可持 续发展。

摩拜单车还十分重视对自身创新成果的保护。据悉,截止到 2018 年 6 月,摩拜单车在国内外共提交专利申请 450 多件,已获得授权专利 200 多件。近两年专利申请量 以每年超过 200% 的速度增长。这些专利申请覆盖了共享 单车领域多个核心技术,比如智能锁、车型等。



▲ 首创扫码开锁模式 研发首把智能锁

摩拜单车研发的智能锁,让扫码开锁成为生活中必备技能之一。而这一技术无疑也是共享单车模式可以快速实现推广运营的关键技术之一,不仅解决了传统有桩式公共自行车需要办卡的问题,还解决了单车定位和精准计费等共享单车运营模式中的痛点。

摩拜单车智能锁研发者杨众杰介绍,摩拜单车的智能锁实现了用户与摩拜单车的"直接对话"。用户可以通过



BEYOND INFORMATION • 专手心 精于如 品源资讯 摩拜单车 APP 查看周围车辆的位置,找到一辆单车后扫码开锁,后台会在数秒内完成用户和车辆信息的验证,并发送解锁指令给锁端通信模块实现开锁。用户关锁后,后台会收到关锁信号并在确认后完成结束计费。

摩拜单车在一代锁研发成功后,持续创新,不断优化 锁具结构,在锁具外观和内部零部件布局等方面逐步更新, 使锁具在开锁稳定性、流畅度等多方面得到大幅提升,提 升了用户的体验。

据统计,摩拜单车自 2015 年底至今针对智能锁结构的改进提交了多达 40 余件专利申请;针对车辆定位、控制和管理方法等方面的改进提交了多达 30 余件专利申请件。

创新车型轻便骑 车辆可靠体验好

在单车车型设计上,摩拜单车通过创新设计,兼顾车辆的可靠性与耐久性的同时,不断提升用户体验。

第一代摩拜单车,彻底颠覆了传统自行车的设计,采 用了全铝车身、防爆轮胎、无链条轴传动等设计,从而为 城市共享量身定制了一款单车。

为了不断提升用户骑行体验,两年多来,摩拜单车陆续推出了轻骑版 lite、代号"风轻扬"的经典升级版、新轻骑和新轻骑变速版以及摩拜助力车等不同车型。这些车型不仅车身显著变轻、骑行体验越来越好,而且保持了其一贯的坚固耐用的品质。



▲ 图为 2017 年 9 月发布的摩拜新轻骑

其中,新轻骑对车体造型进行了大幅改变,在车身美观程度、结构简洁化、骑行可靠性、骑行便捷度等方面都体现出显著的改善效果,并获得了2018年德国红点设计大奖,是摩拜单车带来的又一款"里程碑式"的单车设计。

摩拜助力车的研发则为中短途绿色出行提供了新的选择。摩拜车产品高级总监高庶三介绍,摩拜助力车采用了与特斯拉相同的世界顶级电芯,保证了电助力的安全稳定和强劲续航。摩拜助力车的电池不仅耐严寒酷暑,防水等级也达到了 IP67 级,确保车辆在全天候环境下的运行。摩拜单车就助力车的设计和改进也提交了专利申请,涉及到车身结构设计、传动装置、车身内电路布设方式、电池装配及保护等多个方面。

据统计,仅车型这一方面,摩拜单车就提交了多达 70 余件专利申请,涉及了车架主体结构、把立、座椅调节装置、 车轮等各个方面。这些专利所保护的创新让摩拜单车更为 简洁美观、骑行轻便,车辆生产、维护方面也得到了优化。

重视知识产权创造与保护 助推中国原创走出去

截至目前,摩拜单车已遍布全球 19 个国家的 200 多个城市,拥有了超过 2 亿用户,并被美国财富杂志评为 "正在改变世界的 50 家企业"之一。因为科技创新对健康生活方式带来的影响,2017 年摩拜单车被联合国授予环保领域最高奖——地球卫士。

摩拜单车创新副总裁李杰力表示,摩拜单车在科技创新上取得的成就,依托的是摩拜单车对科技创新和研发的 重视和尊重,也受益于国家对自主创新的重视和对知识产 权的大力保护。

2018年2月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》,其中明确指出,知识产权保护是激励创新的基本手段,是创新原动力的基本保障,要强化知识产权创造、保护、运用。

摩拜单车知识产权总监梁健表示,摩拜单车响应于国家创新驱动发展战略号召和政策激励,在技术研发上不断革新,并积极申请知识产权保护创新成果,为摩拜单车在共享单车行业的领跑地位打下坚实的基础。摩拜单车充分尊重知识产权,尊重市场竞争规则,同时也坚信自身科技创新的成果能够得到充分和有效的保护,反对行业中盲目跟风式的技术抄袭损害创新者的积极性,损害市场竞争秩序,当业内玩家都能充分尊重知识产权规则时,才能更好的实现共享单车行业健康可持续的发展。

来源: IPRdaily 中文网 (IPRdaily.cn)

药品专利

链接制度的解读与建议

2017 年 10 月 8 日,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》,提出建立药品链接制度、试点药品专利期限补偿制度、药品实验数据保护和促进仿制药上市的审批措施等。这是药品知识产权制度上的重大改革举措,显示我国致力于加强对创新药物的知识产权保护,推动医药产业创新发展。这些举措将会对我国药品领域的创新活动产生重要激励作用,也将给制药企业带来新的挑战。

017 年 10 月 8 日,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》(厅字[2017]42号)(以下简称 42 号文件),提出四项涉及药品知识产权的改革措施,包括探索建立药品链接制度、试点药品专利期限补偿制度、药品实验数据保护和促进仿制药上市的审批措施等。这是药品知识产权制度上的重大改革举措,将会对我国药品领域的创新活动产生重要激励作用,也会深度影响知识产权权利人和竞争者之间的利益格局。本文将重点分析药品专利链接制度给药企带来的挑战及应对建议。

原研药与仿制药之间的专利博弈

分析药品专利链接制度设计之前,先要了解原研药企和仿制药企之间的利益博弈。在专利保护的不同技术领域中,药品是一个非常特殊的领域。之所以特殊,主要体现在以下几方面:

首先,专利保护对于药品技术创新至关重要。人类要战胜疾病挑战,根本上还是要靠药品和医疗技术的创新。而药品领域创新具有高投入、高风险、回报周期长的特点,要激励各种创新要素不断投入药品研发,就需要有一个充分稳定的市场回报预期,专利保护无疑是最重要的制度保障。因此,没有专利保护或者说专利保护力度不够,药品创新这一"源头活水"就会受影响。因此,人们往往认为药品行业的创新是知识产权保护驱动最明显的行业,也是对知识产权保护依赖度最高的行业。

其次,原研药企业一般自己独占市场,向仿制药企业发放 专利许可的情况很少发生, 仿制药一般只有等到药品专利期限 届满后才能上市。这似乎也是药品专利领域的一大特点,其他 领域专利权人自己生产的同时向他人发放专利许可的情况很 多,甚至是专利的交叉许可,但药品领域这种情况很少见。药 品专利权人的目的当然是为了实现利益最大化,但药品市场的 特点使这种做法具备了可行性。对于一般消费品,市场有差异 化需求,例如手机,如果市场只有一个品牌的手机,那简直不 可想象。而药品则不同,治疗某一疾病的药品,全世界可能就 一种药,而药品现代化的生产能力也让这种垄断具有可行性。 药品的经济寿命一般很长,一直到专利期限届满其市场需求仍 然很大。药品专利权人为了延长某一药品的市场独占期,围绕 新药及其各种改进去申请化合物、制备方法、晶型、剂型、给 药方法等一系列专利,绵延不断。持反对意见者将其形象称为 "常青专利"[1],认为原研药企业是在不当利用专利制度阻碍 仿制药上市。在原研药核心专利期限临近届满时,仿制药会利 用专利法 Bolar 例外的规定想办法尽快上市,原研药企业可能 会以侵犯其他专利的指控阻止其上市,这种利益博弈就会在仿 制药上市期间集中爆发。

再次,药品是用于预防和治疗疾病的特殊商品,要让药品 真正能够治病救人,还要保障合理的价格,使患者能够负担得 起。如果患者买不起,再好的药也没有用。而在药品可及性方 面我们一直面临严峻挑战。2016 年联合国秘书长药品可及性 高级别专家组发布的一份研究报告指出:"我们一方面见证着科学和技术推动医学和医疗保健发展的巨大潜力,另一方面,我们也面临着解决许多国家和社区的疾病负担和新兴疾病方面所存在的差距和失败的挑战。"[2]要提高药品可及性,除了医疗保障制度外,最重要的是降低药品价格。毫无疑问,专利保护对于药品价格是有影响的。这一点,在世界贸易组织 2001 年的《TRIPS 协定与公共健康多哈宣言》中已经取得共识[3]。在药品专利期限届满仿制药上市后,由于市场竞争的原因,药品价格会明显下降。因此,政府主管部门一方面要通过充分保护药品专利来激励药品研发,另一方面还要想尽办法促进仿制药在药品专利过期后尽快上市,以提高药品可及性,降低公众用药负担。各国根据自己不同国情,在各自制度的天平上维持原研药企和仿制药企的利益平衡。

其实,药品上市审批只评价药品的安全有效性,对于是否侵犯其他专利权并不是其需要判断的内容,而且各国专利法都有 Bolar 例外的规定,即在药品专利到期前仿制药企为了提交药品审批部门所需的数据而实施专利的行为不视为侵权行为,其目的是允许仿制药企能够在原研药专利到期之前提前准备上市审批所需要的实验数据,以保障原研药专利到期后仿制药能够尽快上市。因为有这一规定,药品专利权人以申请仿制药注册侵犯其专利权为由向法院起诉的,法院一般也不会介入。各国法律规定及药品审批部门的做法并不一样。如果药品审批程序完全不考虑是否侵犯专利权的问题,则不存在药品专利链接制度,专利纠纷只能等到仿制药上市后再解决;如果药品审批程序考虑是否侵犯专利权的因素,在这一阶段引入法院对申请的仿制药是否侵权进行认定,药品审批部门根据法院判决来决定是否批准仿制药上市,就是建立了药品专利链接制度。

因此,所谓药品专利链接制度就是为了调整仿制药上市过程中原研药与 防制药生产者之间的利益博弈而建立的一套规则。这一制度能够让法院提前 介入药品专利纠纷,避免事后解决纠纷给各方造成更大损失。但同时也可能 面临弊端,就是原研药企不当利用这一制度阻碍或者延缓仿制药上市。

不同国家的实践

对于仿制药上市过程中原研药企与仿制药企之间的利益博弈,各国国情不同,处理方法也不尽相同。药品专利链接制度是美国在特定历史条件下为解决当时面临的问题而创设的一种制度,经过不断完善修改,取得了不错的效果。而制药业同样发达的欧洲和日本则采用了不同的方法。

1. 美国的实践

药品链接制度是美国在 20 世纪 80 年代为解决其医药方面面临的问题 所采取的一整套措施中的一种。当时美国所处环境和我们现在有很大不同。 按照当时的法律,仿制药上市也必须与原研药一样进行完整的临床试验以证 明其安全性和有效性。使得仿制药成本增加利润降低,药企没有积极性去生 产仿制药。导致当时仿制药供应不足,用药成本居高不下。为了解决这一问 题,美国于 1984 年通过《药品价格竞争与专利期恢复法》(也称 Hatch-Waxman 法案)[4],建立了一整套药品知识产权的法律制度。为了促进仿 制药发展,该法案规定了简略新药审批程序(ANDA)和 Bolar 例外,大 大简化仿制药审批程序、降低其成本、促进其尽快上市。为了促进原研药发 展,该法案规定了药品数据保护和专利保护期限补偿,弥补严格的药品审批 程序给原研药带来的不利影响。最后,法案还建立了药品专利链接制度,明 确仿制药审批程序中原研药企和仿制药企的博弈规则,平衡好双方的利益。 核心就是让法院在仿制药审批阶段介入药品专利纠纷,仿制药上市审批除了 考虑安全有效等技术因素外,还要考虑是否侵犯专利权,从而将仿制药上市 审批程序和药品专利纠纷司法审判程序链接起来。

根据美国药品专利链接制度的规定,在仿制药上市审批程序中,如果遇到专利侵权纠纷,药品审批程序会暂停30个月,等待法院对纠纷的裁决。中止期限届满前获得了法院判决,则据之决定是否批准仿制药上市。中止期限届满没有获得法院判决,则不再将专利纠纷作为考虑因素,继续审批程序。我们前面已经介绍了,原研药企为了延长自己的市场独占期,会围绕新药布局一系列专利,并想尽一切办法阻止仿制药的上市,而仿制药也会利用各种规则挑战专利赢得发展空间。美国的药品专利链接制度规定了一套复杂的规则,明晰二者之间的博弈规则,以形成良性竞争,这套制度包括:橘皮书制度、仿制药专利声明、审批中止期和首仿药市场独占期制度等。

- (1)橘皮书制度。相当于专利信息披露,是整套链接制度的基础。要求原研药企业在申请新药上市时,披露与该药有关的专利信息,并通过橘皮书向社会公布。并且要求列入橘皮书的专利仅包括涉及原研药的化合物、剂型、组合物和药品用途等专利。没有列入橘皮书的专利,不得作为在链接程序中主张权利的基础。
- (2) 仿制药专利声明。仿制药上市时,需要核对原研药企业登记在橘皮书上的专利信息,并根据不同情形分别做出以下四种之一的声明:一是没有相关专利登记在橘皮书上;二是橘皮书上登记的专利已过期;三是仿制药企业将在橘皮书所列专利到期后才开始制造、销售仿制药;四是橘皮书中所列专利无效,或仿制药企业申请的仿制药并不侵犯橘皮书中所登记的专利权。前述第四种声明也称为"专利挑战"。
- (3) 仿制药审批中止期。对于提交前述第一和第二种声明的仿制药申请, FDA 推定其没有专利问题而径直审批;对于提交第三种声明的仿制 药申请,FDA 将等到相关专利期限届满后再批准。而如果仿制药企 业提交第四种声明,则应提交未侵权或原研药企业专利无效的证明材 料,并通知专利权人。如果专利权人在获得通知后 45 日内向法院起 诉的,FDA 将暂停仿制药上市审批 30 个月,直到法院做出判决, 或中止期届满。
- (4)首仿药市场独占期。这是一项促进仿制药上市的措施。原研药专利只是被推定为有效,而且仿制药的技术方案和原研药专利之间的对应关系也并非一目了然,因此当原研药企认为仿制药落入其药品专利保护范围时,仿制药企业可以抗辩专利无效,或者抗辩自己的技术方案没有落入原研药专利的保护范围。但这可能都需要花费人力物力,如果宣告专利无效后,其他仿制药企业也可因此而顺利获得上市,似乎不太公平。为了鼓励仿制药企业去挑战原研药专利,该法案规定第一家成功挑战原研药专利并获得上市许可的仿制药企业,将享有180天的市场独占期。在这180天内,FDA不会再批准其他仿制药厂的上市申请。"挑战专利成功"包括无效原研药相关专利,以及司法判决确认仿制药不侵犯原研药专利。

2. 欧洲和日本

作为除美国以外全球最重要的医药市场和创 新药来源地,欧洲和日本并没有建立类似美国的 药品专利链接制度。



欧盟委员会认为,药品监管机构的任务是核查药品安全性和有效性,不 应考虑产品是否侵犯专利权等其他因素,否则就违反了专利法关于 Bolar 例 外的规定。对于仿制药上市审批过程中存在的潜在专利侵权纠纷,专利权人 可以通过向法院申请"临时禁令"的方式加以解决。药品专利权人要想在欧 洲阻止仿制药的上市审批程序,首先需要拿到法院的临时禁令,这显然要比 美国的门槛高不少。

日本为了在仿制药上市前解决潜在的专利纠纷,采取了另外一种处 理方式: 一是在新药活性成分产品专利期尚未届满的情况下, 不批准仿 制药上市; 二是对于涉及新药活性成分以外其他专利的仿制药, 在颁发 上市许可之后,原研药企和仿制药企之间可就是否存在专利侵权进行"事 前协商",但协商结果不具有法律效力。从药品专利链接实施的情况看, 发生专利纠纷的绝大多数针对后续改进型的药品专利,新活性成分专利 确实很难绕过。因此,日本干脆规定在新药活性成分专利届满前,禁止 提仿制药申请。

3. 其他国家

加拿大、澳大利亚和韩国都通过与美国的自由贸易协定引入了药品专利 链接制度。只不过在中止期限等具体规定上略有不同。印度通过法院判例明 确了在专利法规定了 Bolar 例外的情况下,药品上市审批机构只需审核药品 的安全性和有效性,无须考虑专利纠纷的因素。

围绕仿制药的审批和上市,药品专利的纠纷其实是绕不开的,各国做法 的主要区别是仿制药审批程序多大程度上考虑专利纠纷的因素。各国只是根 据各自公共健康和药品发展面临的问题、药品审批程序面临的问题、专利纠 纷司法审判程序的特点做出了不同的选择,不能脱离开具体国情单独谈论某 种做法优劣,只有适应实践需求的才是好的制度。

我国药品专利链接制度的建立

1. 目前法律实践

我国现行《药品注册管理办法》实际上已经涉及仿制药审批程序中专利 纠纷的处理问题。该办法第十八条规定[5],对于他人在中国有专利的药品, 药品上市许可申请人应当提交对他人的专利不构成侵权的声明。在药品注册 过程中发生专利纠纷的,按照有关专利的法律法规解决。但该条没有规定药 品审批部门是否考虑专利是否侵权的因素。该办法第十九条规定[6],对于 他人已经在中国获得专利权的药品,申请人可以在该药品专利权期限届满前 2年内提出注册申请,但是要在专利期限届满后再核发批准文号。这一条也 没有明确到底由谁来判断申请的仿制药是否是"获得专利权的药品"。实践 中,往往原研药专利权人与仿制药企之间发生纠纷的,仿制药审批程序就中 止下来一直等到专利期限届满。但在审的仿制药是否真的落入原研药专利的 保护范围,其实并没有经过司法机关的判断(权利人也拿不来法院的判决, 因为有 Bolar 例外的规定),而仅仅是权利人的主张。实践中可能会造成对 仿制药企不公平的情况。

2. 未来制度的建立

根据我国药品行业发展现状和面临的问题,为了进一步激励药品创新, 同时促进仿制药的发展,中办、国办发布的42号文件提出要建立上市药

品目录集,探索建立药品专利链接制度。这是 我国药品专利领域的重大改革措施, 势必对我 国药品行业创新和发展产生深远影响。根据 42 号文件的规定,首先要建 立上市药品目录集。对于新批准上市或通过仿制药质量和疗效一致性评价 的药品,要载入中国上市药品目录集,注明创新药、改良型新药及与原研 药品质量和疗效一致的仿制药等属性,以及有效成分、剂型、规格、上市 许可持有人、取得的专利权、试验数据保护期等信息。2017年12月28日, 原国家食药监总局已经发布了首批上市药品目录集,其中包括了上市药品 的专利信息。

根据 42 号文件的规定,未来将探索建立药品专利链接制度,基本内 容包括: 一是要求药品注册申请人提交注册申请时, 提交涉及的相关专利 及其权属状态声明,并在规定期限内告知相关药品专利权人。二是对于专 利纠纷,当事人可以向法院起诉,期间不停止药品技术审评。对通过技术 审评的药品,食品药品监管部门根据法院生效判决、裁定或调解书做出是 否批准上市的决定;超过一定期限未取得生效判决、裁定或调解书的,食 品药品监管部门可批准上市。这一制度设计应当是比较接近美国的实践。 上市药品目录集、仿制药的专利声明、中止期限都已经明确提及,仅首仿 药的市场独占期没有提及。

对于未来我国药品专利链接制度的构建,有以下几方面的问题需要考虑:

一是充分考虑公众利益。药品专利链接制度不仅涉及原研药企和仿制药 企的利益,还涉及广大患者的利益,对药品可及性有重要影响。因此应当充 分考虑原研药企、仿制药企和公众三方利益的平衡。例如挑战专利成功的首 仿药的一定时间的市场独占期的设置,虽然原研药企的市场独占权被剥夺, 但将市场独占权转移到首仿药企后,仍然没有形成市场自由竞争,不能有效 降低药品价格。因此首仿药独占期的长短不仅仅要考虑原研药企和仿制药企 的利益,还要充分考虑对公共利益和药品可及性的影响。再如,专利链接程 序中,原研药企可能在面临专利挑战时与仿制药企和解,以赢得"双赢"的 结果,但这种和解协议可能排除、限制竞争,损害公共利益,因此需要反垄 断执法机构介入调查。

二是降低权利被不当行使的风险。药品专利链接制度相当于赋予专利 权人一种类似禁令救济的中止权,有权中止仿制药审批程序,但该权利行 使的门槛远低于禁令救济权。法院颁发临时禁令要对是否侵权及是否必要 发放禁令进行初步评估,权利人还要缴纳担保金,如果最后认定不当行使 权利,还要赔偿对方因禁令所遭受的损失。而药品权利人只要拿到法院受 理通知就可以中止仿制药上市审批程序,法院受理的门槛很低,权利人也 不需要缴纳担保金,没有任何后顾之忧。这种权利义务的不对等容易导致 权利的不当行使,美国制度在实践中出现的一些问题已经证明了这一点。 因此,药品专利链接制度在设计时应当考虑如何平衡好各方权利义务,降 低权利被滥用的风险。

三是进一步明确上市药品目录集专利信息的披露规则。上市药品专利 信息披露是后续专利纠纷程序的基础,信息披露的完整性和准确性直接影 响链接制度实施的效率。为了保证披露信息的准确性,应当进一步明确披 露的规则和不披露的法律责任。例如美国法规定,只有涉及原研药的化合 物、剂型、组合物和药品用途等专利能够列入橘皮书,而药品包装专利、 代谢产物或中间体专利不得列入,只有列入的专利才能够成为权利人主张 权利的基础。



四是法院介入专利链接程序的方式。因为专利法有 Bolar 例外的规定,仿制药企为提供行政审批所需要的信息,制造、使用、进口专利药品或者专利医疗器械的,以及他人专门为其制造、进口专利药品或者专利医疗器械的,不视为侵犯专利权,所以在仿制药审批阶段法院会以不侵权为由驳回原研药企的诉讼请求。因此,要构建专利链接制度,让法院在仿制药审批阶段就将来可能发生的专利纠纷提前进行判断,还需要有配套制度。有专家建议参照美国专利法的规定,在中国专利法中规定"拟制侵权"制度,将仿制药提交上市审批申请视为"拟制侵权"行为,请求法院裁判[7]。但美国专利法的体例结构与中国专利法有很大不同,直接照搬美国规定会引发法律条款之间的矛盾。首先,我国法律还没有对仿制药规定一个明确的定义,因此中国专利法无法向美国专利法一样援引药品法的规定。如果笼统规定提交上市审批的药品落入他人专利保护范围的视为侵权行为,则提交原研药申请、改良药申请都有可能侵犯他人专利权,但这些又不是药品专利链接要管的事情。

其次,如果上市审批申请人做出第三种声明,即承诺相关药品专利 到期后才开始制造、销售仿制药的,药品审批部门应当不停止审批,只 是等到专利期限届满后再发批号。此种情况下就会出现逻辑上的矛盾, 因为申请审批的行为被法院判定为侵权,但申请行为并不必停止,审批 程序继续进行。因此,直接在法律上将提交上市审批行为规定为侵权行 为远非一两个条款能够规定得清楚,对专利侵权体系的改变牵一发而动 全身,解决一个问题可能会引发其他更多问题。建议以问题为导向,根 据中国自己的国情和法律体系进行制度设计。

其实专利链接制度的本质就是让人民法院在仿制药上市审批阶段介入专利纠纷并作出判断,比较简便可行的途径就是通过立法或者司法解释明确法院受理并审理此类纠纷的管辖权即可。可以参照现有的确认之诉,规定在专利链接程序中,无论药品专利权人还是申请上市审批的仿制药企,都可以请求法院确认申请上市的仿制药技术方案是否落入某药品专利的保护范围,并作出裁判。

五是所谓"挑战专利"。"挑战专利"主要有两种途径,一是宣告专利无效;二是抗辩申请上市的仿制药没有落入药品专利的保护范围。对于宣告专利无效,有一个问题需要澄清。很多国家专利法对于专利无效请求人和无效理由做了很多限制。例如规定无效请求人必须是利害关系人,请求无效的理由只能是针对授权专利的新颖性、创造性等,甚至限制请求宣告无效的时间。而我国专利法规定,在一项发明创造被授予专利权后,任何单位或者个人认为该专利权的授予不符合专利法规定的,都可以请求专利复审委员会宣告该专利权无效,请求宣告无效的理由覆盖几乎所有实质性授权条件。而且当事人提出专利无效宣告请求没有时间和次数的限制。

因此,在我国仿制药企在专利授权公告后随时都可以向专利复审委员会 挑战原研药专利权,无需等到食品药品监管部门对仿制药上市申请进行审核 的过程中才能提出挑战。对于抗辩仿制药没有落入专利保护范围,按照现行 法律要在仿制药上市后的诉讼程序中主张,建立药品专利链接制度后,仿制 药企业可以在专利链接程序的诉讼中主张。对于中国仿制药企来讲,专利链 接制度特殊意义在于能够在上市前让法院提前介入,帮助判定是否落入专利 保护范围,从而降低未来的侵权风险。

对我国药企的影响及应对建议

根据我国现行药品上市审批程序,如果原研药专利权人主张其专利权的,药品审批部门将会等到专利期限届满后再审批涉及的仿制药,相当于原研药企和仿制药企被隔离了。因此他们之间产生冲突和纠纷的可能性很小。而药品专利链接制度建立后,明确了原研药企和仿制药企的博弈规则,他们将会"短兵相接"。因此,无论对于原研药企还是仿制药企,在中国的竞争环境将会发生很大变化。为了适应未来的变化,企业应当做好以下几方面的准备:

- 1: 要积极关注并参与规则的制修订,尽快熟悉规则。药品专利链接不仅涉及药品上市审批程序,而且涉及专利纠纷解决程序,二者都具有很强的专业性。目前药品管理法、药品注册管理办法等相关法律法规都在制修订过程中,有关药品专利链接的具体规则的制定也将逐渐展开。制药企业应当积极关注并参与法律规则的制修订。一方面能够积极反应自己的利益诉求,另一方面可以深入了解规则的内容,为后续的规则运用奠定基础。链接制度中需要企业自己主动行为的环节很多,如果这些环节出现失误,势必对自己的权利造成不利影响。例如专利权人的上市药品目录集的专利信息披露,如果有遗漏可能会影响到将来权利的行使。因此,制药企业需要提前关注制度的设计,提前熟悉规则,为将来制度的实施运用做好准备。
- 2: 是制药企业应当主动做好转型的准备。两办42号文件的目标非常明确,就是要通过深化审评审批制度改革促进药品产业结构调整和技术创新。 法律和政策环境正在朝着更加有利于药品创新的方向发展,企业应当积极主动地根据实际情况逐渐朝着提高自主创新能力方向转型。
- 3: 药品专利分析将成为重要的基础工作。将来无论是原研药企的上市药品 目录集或者仿制药企的专利声明,都是行为人自己的主动行为,如果披 露或者声明有误会对自己后续权利的行使产生不利影响。而这些工作都 以专利信息分析工作为基础,因此要从开始阶段注重专利信息的收集与 分析,否则集中在规定期限内压力会很大,也会很被动。
- 4: 首仿药独占期的引入将会加剧首仿药的竞争,同时也会增加药品专利无效申请的概率。对于仿制药企来讲,首仿药的争夺会更加激烈,提交仿制药上市审批申请和药品专利无效宣告请求要配合进行,保证自己的竞争优势地位。对于药品专利权人来讲,将会迎来更多的无效宣告挑战,特别是在改进型药品专利上,应当提前做好应对准备。
- 5: 法律解决方案涉及的法律范围会大大扩展。药品专利链接制度属于跨领域的制度设计,将来的法律应用可能会涉及药品管理法及药品注册管理办法、专利法、合同法、反垄断法以及民事诉讼法等,对于企业的法律人才提出了更高的要求,企业也要从专业人才培训方面做好准备。

来源:中国食品药品监管杂志、作者、张永华



人脸识别专利战!

两个没想到:起诉的是它,炸锅的是这领域

幕解锁、打卡签到、付费结算……,人脸识别的应用场景几乎到处可见,那么,距离人脸识别技术持有者收割季到来还有多远?

日前,就他人针对汉王科技股份公司(以下简称"汉王科技")持有专利"一种斜坡式图像获取装置及人脸识别系统"提起的无效宣告请求,国家知识产权局专利复审委员会(以下简称"专利复审委员会")经审理,作出"维持专利权有效"的审查决定书。

这也意味着,汉王科技在相应的专利侵权民事诉讼中, 一审胜诉的概率将大幅提升。

与此同时,在当下"人脸识别"技术在各种场景中广泛应用的背景下,不排除这会掀起一轮人脸识别技术领域的专利大战。



涉案专利:一件与人脸识别技术相关的发明专利

涉案专利"一种斜坡式图像获取装置及人脸识别系统" (专利号: 2008101155470)由汉王科技于 2008年6 月 25日提交申请,并于 2016年3月23日获得授权。



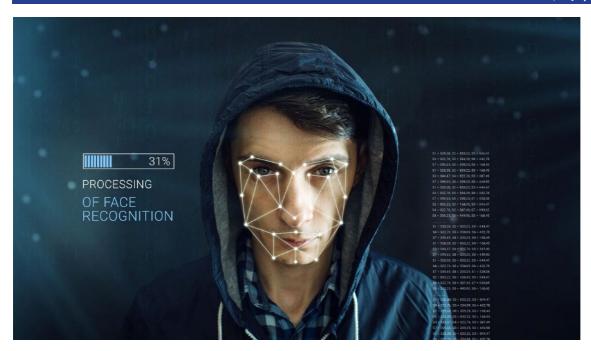
该专利提供一种斜坡式图像获取装置,所述装置包括斜坡装置和摄像头,所述斜坡装置具有与水平面成一定斜坡角度的界面,所述摄像头的轴向斜向上固定在所述界面上。

此外,该专利还提供一种图像获取装置的人脸识别系统,包括斜坡式图像获取装置、人脸识别单元和输出装置, 所述斜坡式图像获取装置包括斜坡装置和摄像头,所述斜坡装置具有与水平面成一定斜坡角度的界面,所述摄像头的轴向斜向上固定在所述界面上;所述人脸识别单元通过电气连接与所述斜坡式图像获取装置相连,用于接收所获取的人脸图像并对所接收的图像进行人脸识别;所述输出装置用于输出人脸识别单元的识别结果。

显然,根据该专利技术方案,其核心技术组成主要包括两部分,其一是"斜坡式图像获取方案",其二是"人脸识别系统"。

从该专利的申请时间来看,2008 年能提出"人脸识别系统"方案应该是比较前沿的。





起诉索赔: 这家公司被诉侵权索赔金额达 50 万元

2017年4月20日,因涉嫌专利侵权,汉王科技将广州市真地信息技术有限公司(以下简称"广州真地")诉至北京知识产权法院,并提出50万元的侵权赔偿额。

工商登记信息显示,广州真地成立于 2008 年 5 月 14 日,是由许道华独资设立,并由黄建江出任法定代表人的一家公司。

该公司的网站信息显示,该公司"是全球领先的生物识别、身份识别移动物联应用解决方案提供商"、提供"让全世界用户获得指纹识别、人脸识别、RFID识别在门禁管理、考勤管理、汽车通道管理、金融支付管理、安防管理、警务管理等各方面应用的优质服务"。

由此可见,该公司的主要业务就是提供门禁、考勤 管理等相关的产品或服务,其中,这些应用场景确实都 与人脸识别技术应用存在较强的相关性,而该公司而对 外提供多款支持人脸识别技术的考勤打卡设备的生产、 制造和销售。

以京东为例,广州真地在京东开立的自营旗舰店显示, 支持人脸识别的考勤机,是该公司主要提供的三大商品类 别之一,另外,两类商品为巡更机和感应卡等。

专利有效:广州真地被判对汉王科技侵权风险大

2017年12月4日,广州真地就汉王科技据以起诉的 涉案专利,向专利复审委员会提起无效宣告请求,广州真 地认为汉王科技相关专利所涉技术均属于该领域公知常识,不具有创造性。

2018年7月30日,专利复审委员会经审理认为,广州真地的无效理由均不成立,因此,作出"维持专利权有效"的审查决定书。

显然,伴随广州真地对涉案专利的无效选宣告请求暂告失败,而涉案专利依旧被判有效,这意味着在相应的专利侵权诉讼中,广州真地败诉给汉王科技的风险大幅增加,好在汉王科技的索赔金额并不算太高,共计50万元的侵权索赔额在当下的专利诉讼中算是比较保守的。

不过,值得注意的是,汉王科技如果一审、二审均胜诉, 其凭借该专利技术,有望率先对国内人脸识别考勤打卡机 行业实现"收割",而其他人脸识别技术应用场景的领域, 不排除也有被进一步"收割"的可能。

因此,不仅是广州真地,各种人脸识别应用场景的服务或产品提供商,都应该警觉起来,对自己的产品或服务所采用技术与汉王科技的不同性做好准备,如果技术上无法绕过,可能就需要提前做好专利许可谈判,避免成为汉王科技下一个被收割或起诉的对象。

来源:俊慧看网谈法作者:李俊慧



贵州茅台集团

死磕 17年

茅台放弃国酒商标申请并道歉!

直以来,各种关于"国酒茅台"的广告不绝于耳,但这个称谓其实从未得到官方承认。 屡战屡败、屡败屡战的茅台集团仍在"国酒"商标的申请之路上挣扎着。

今年5月25日,商标评审委员会再度决定对这一商标不予核准注册之后,茅台集团于7月下旬向北京知识产权法院提起诉讼,要求商标评审委员会"撤销原决定,重新对复审申请作出决定"。

经查询发现,早在2001年,茅台集团就开始申请"国酒"商标。一晃十七年过去了,茅台仍未能如愿贴上"国酒"的标签。如今,茅台"急眼了",不仅把商评委告上了法庭,还一口气列了30多位"第三人",其中包括五粮液、剑南春、郎酒、汾酒等机构。

"国酒"不是你想申就能申

茅台想把"国酒"商标装进自己口袋里,却屡被商评委否决。这张"国字号标签"真的这么难贴吗?

《中华人民共和国商标法》(下文称《商标法》)明确规定:第十条下列标志不得作为商标使用:(一)同中华人民共和国的国家名称相同或近似的……(四)与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的……

第十一条 下列标志不得作为商标注册……(二)仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的……

前款所列标志经过使用取得显著特征,并便于识别的,可以作为商标注册。

茅台集团垂涎已久的"国酒"商标,是不是也属于《商标法》禁止注册的标志种类呢?

中国人民大学知识产权学院院长刘春田在接受采访时 表示,茅台集团申请"国酒"商标屡次被拒,主要原因在 于这一标志的申请与商标注册的初衷相悖。

'国酒'中的'国'字有两层含义,一层是代表'中国', 另一层则代表'国家级'。不管'国'字作哪种解释,都 不能作为商标使用。"刘春田告诉中新经纬,"首先,如 果作'中国'解释,那么所有的酒业机构都能以'国酒' 自称,甚至可能出现各种各样的'国茶'、'国水'、'国 烟'商标。这样一来商标就丧失了'区分商品'的功能意义, 与商标注册的初衷相悖。"

"其次,如果作'国家级'解释,就相当于授予了茅台集团一种'高级酒'的特权,这对其他酒业品牌来说是不公平的。国家通过商标来区分不同品牌的商品,本就是

为了促进各品牌的公平竞争,若让某一个 品牌独享殊荣,同样与商标注册的初衷相 悖。"刘春田说。

对于"国酒"商标,网友也表示,"不 获批很合理,否则就是剥夺了同行业其他 品牌的公平竞争的机会"。

茅台的"国酒执念"为何如此深?

茅台集团为何如此执着于申请"国酒"商标呢?一直未能获批的茅台集团其实早就以"国酒"为包装打了多年的广告。一位消费者在接受中新经纬采访时说,"天价茅台"正是因为包装上的"国酒"豪称才得以支撑这么高的价格。

另有业内人士分析称, "茅台集团之所以急于申请'国酒'商标,其实是希望继续名正言顺的用'国酒'打广告。 否则若被认定为'虚假宣传',不仅面临罚款风险,甚至可能导致售价下降。"

原中国工商行政管理总局(现为市场监督管理局)早在2010年7月就曾发表过题为《含"中国"及首字为"国"字商标的审查审理标准》(下文称《标准》)的公告。《标准》中明确规定:首字为"国"字商标的,应当严格按照以下标准审查:

一、对"国+商标指定商品名称"作为商标申请,或者商标中含有"国+商标指定商品名称"的,以其"构成夸大宣传并带有欺骗性"……为由,予以驳回。

二、对带"国"字头但不是"国+商标指定商品名称"组合的申请商标,应当区别对待。对使用在指定商品上直接表示了商品质量特点或者具有欺骗性,甚至有损公平竞争的市场秩序……应予驳回。

就在《标准》发表的次月,有关部门发布了对该《标准》的解读,声明"含'中国'及'国'字头商标不能随便叫"。

面对《标准》和"解读"的发布以及多次被驳回的商标申请,茅台集团选择通过法律途径表示抗议。经记者查询还发现,目前,多个电商平台的茅台"国酒系"商品仍在售。

对此,刘春田认为,"如今一瓶茅台酒的售价在几百到几千不等,不管从价格还是口碑上来看,在国内已经属于级别非常高,甚至是最高的酒业品牌了。其商标申请被多次驳回,是有法律依据的。茅台集团坚持申请和使用"国酒"商标,甚至以此起诉商评委和多家酒业机构的做法,并不妥当。"



放弃申国酒并致歉

贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司13日在官网宣布,放弃"国酒茅台"商标注册申请,撤销诉讼申请,并向国家商标评审委员会致歉。

以下为声明原文:

关于申请撤回"国酒茅台"商标行政诉讼案件起诉的声明

2018年5月25日,国家商标评审委员会根据有关法律法规,结合行业及相关方意见,在深入细致调查论证的基础上,对我公司提出的"国酒茅台"商标注册申请,复审决定"不予注册"。

"国酒茅台"商标注册申请,已历时十多年。对国家商标评审委员会复审决定,我们充分尊重,也乐于接受。 日前因内部工作衔接问题递交的诉讼申请,公司决定依法 向北京市知识产权法院申请撤回,并谨此向国家商标评审 委员会及各相关方表示诚挚歉意。

茅台能有今天的良好发展局面,离不开党和国家、业界同行、媒体和广大消费者的信任与支持。历经多年发展,茅台品牌已经深入人心,品质与品牌被广泛认同,企业影响力正向国际市场延伸。特此向国家商标评审委员会、各兄弟企业和社会各方表示由衷感谢。

茅台将继续感恩前行,一如继往、一心一意做好产品,以过硬的产品品质、温情的品牌服务回馈社会。我们也将继续秉持大家好才是真的好,与广大兄弟企业和衷共济、同心携手,尽心尽力维护好白酒行业来之不易的竞合发展生态,维护好数代茅台人铸就的良好发展局面,努力推动白酒行业不断向好。

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 2018年8月13日



死磕 17 年却认输?

事情早在17年前就已开始,彼时商评委还是商标局(全称为国家工商行政管理总局商标局)。根据工商总局官网信息显示,早在2001年9月,茅台集团就向商标局申请注册第1991120号"国酒茅台"商标,但并未获得通过。此后在2005年、2006年、2007年、2010年,茅台集团又多次提交过"国酒茅台"的商标申请。离目标最近的一次是2010年的申请,也是这一次,茅台和31家企业结下梁子。

要通过商标注册,简化来看 3 步即可,商标注册申请 人提出申请、经过商标局审查、审查结果公示接受异议, 若无异议或异议不成立后商标即注册生效。

前几次,茅台连第二步都没通过,但 2010 年的这次申请,茅台通过了第二步的初审,2012 年 7 月初审结果公示,紧接着 8 月初,山西汾酒、河南杜康等多家白酒企业随即表示反对。

随后五粮液、剑南春、水井坊等多家名酒企业也联合上书,反对"国酒茅台"商标注册。"国酒茅台"商标申请3个月公示期满,国家商标局一共收到多达95次异议。

另外值得关注的是,2015年修订后的《广告法》规定,广告中不得使用"国家级"、"最高级"、"最佳"等用语。而"国酒"正好隐含了"国内最好的酒"、"国家级酒"的含义。经过长达 4 年的商标异议申请后,茅台在 2016年等到了商标局"不予注册"的结果。

此时茅台仍未放弃,2017年1月13日,茅台集团再次向商评委提出复审申请,今年5月25日,商评委作出复审决定,决定不予核准注册。

复审结果都已落定,无法再申请的茅台使出最后一招。 7月下旬,茅台向北京知识产权法院提起诉讼,起诉商评委, 要求商评委撤销不予注册的复审决定,就不予注册复审申 请重新作出决定。并将五粮液、剑南春、郎酒、汾酒等 31 家机构和企业列为第三人。

茅台集团方面认为,"国酒茅台"商标在形成之初即具有悠久的历史渊源,又获得了多个国家级、国际级大奖,其作为中国白酒的典型代表之一的地位已经为社会各界认同。此外,根据"国酒茅台"实际使用多年的统计结果来看,"国酒茅台"的使用并没有不当而导致损害同行业酒企的利益。

"从目前的状况来看,茅台注册成功的机会几乎没有。" 亮剑营销咨询公司创始人牛恩坤对时间财经表示。从茅台 最终的申请撤回"国酒茅台"商标行政诉讼案件起诉的声 明也可看出,茅台"认命"了。 茅台的"国酒商标"申请之路走了17年,对相关法律法规及行业反馈不可能不知晓,明知希望渺茫,此前还死磕近20年,图什么?

"这是茅台的一种营销进攻策略,主要是向行业内传递茅台的强势领导地位与形象,向行业方、资本方表达茅台的坚决态度,提升企业强势形象。"白酒行业专家蔡学飞表示。

如果茅台通过诉讼获得再审机会,并最终获得"国酒茅台"的商标,自然获益巨大。即使败诉,这十几年的积极申请也强化茅台在社会大众心里的"国酒"地位。

实际上,即使未拥有"国酒茅台"的商标,茅台实际上也在通过拼音使用、专卖店门头等物料以及日常企划宣传频繁强调"茅台就是国酒"的这一概念。

蔡学飞认为,不断申请"国酒茅台"商标是为了强化这一概念,这种明知不可为而为之的做法,是茅台作为行业领袖颇有魄力的表现。

但牛恩坤却并不这样认为,茅台此举不应解读为一种营销手段,"因为茅台的营销手段通常相当高明",茅台是不甘心,因为大多数消费者认为茅台就是国酒,茅台也投入了大量力气在传播"国酒茅台",如果茅台注册不成功的话,就意味着多年积累在消费者心智的既有认知,就会随着时间逐渐消失。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,茅台对"国酒茅台" 汲汲以求,主要是这一商标将有利于茅台走向国际化。但 茅台想将"国酒"收入囊中并不正当,他认为茅台应该把 自己各方面做得更好,其实没有"国酒茅台"这个商标也 并不会影响茅台走向世界。

业内人士普遍认为,茅台此次认输,关键因素是行业 筑坝,拦截了茅台。

"茅台是特殊时期的历史产物,而中国白酒是个传承 几千年的产业,怎么能让茅台一家注册?如果真的注册成功的话,不但不利于其他品牌的竞争,更不利于白酒传承和做大市场蛋糕。"牛恩坤表示。

同时,茅台也在声明中表示,"我们也将继续秉持大家好才是真的好,与广大兄弟企业和衷共济、同心携手, 尽心尽力维护好白酒行业来之不易的竞合发展生态。"

来源:中新经纬、茅台官网、时间财经



一天注册 5753 件商标! 一个月花光 10 个亿!

SO EASY!

果有一天,你一觉醒来,发现有十个亿现金等你去花,你会是什么反应?如果在这十亿前面加个期限——必须在一个月内把它花完,你乐意吗?西虹市首富火了!通过这部电影,一个叫做"如何在一个月内花光10亿"的问题更是成了网络热议话题。

10 亿啊……

毕竟 1 个月要花光 10 一个亿那就意味着一天要花 3000 多万、一小时要花 120 万、1 分钟要花 2 万多……



说到这个问题,很多人第一反应就是买房嘛,这多简单!但是请看清下图题目给出的具体要求:

条件:不能买房、不能买车、买珠宝、搞艺术品收藏,以及所有类似的实体资产投资;也不能搞慈善,不能赠予,不能在别人身上乱花钱——10亿,只能给自己花,哦,还要杜绝黄赌毒!

在众多条件被框死的情况下,突然要你月烧 10 亿其实 真的不容易!

于是面对这种需要高度脑补的难题,网友们纷纷给出各种解决方案,小编也想出了众多方法如投资足球、投资大制作科幻电影……

最近两天看到一个信息,一家公司一天申请注册 5000 多个商标,第二天又 5000 多个。对的没错,两天申请万 件商标,Skr、Skr,壕壕壕。按照这个节奏,10 个亿 so easy!

小编查询发现珠海典昱贸易有限公司在 6 月 27 日一 天申请注册商标数 5060 件



总记录数: 5753 | 页数: 116 / 116



《商标法》第四十四条第一款规定: "已经注册的商标,违反本法第十条、第十一条、 第十二条规定的,或者是以欺骗手段或者其他不正当手段 取得注册的,由商标局宣告该注册商标无效

看到这里小编不禁想难不成商标局 27 号偷偷做 "促销"? 现在商标注册的官费是 300 元一件,我们按照官费来算这两家公司一天在注册商标上花费的钱数分别是1518000 元和 1725900 元。

无巧不成书,小编查询发现,这两家公司同一个法人 代表,同一天成立日期,同一个公司地址。小伙伴们,这 才是真正的大佬呀,这可是真正的土豪呀。



但如此大手笔的注册商标,如果注册失败真金白银可就浪费了啊!假如下面这个情况属实,那么这就是一个信号,预示着商标局对大量的非正常使用的商标注册行为说不!

《商标法》第四十四条第一款规定:"已经注册的商标,违反本法第十条、第十一条、第十二条规定的,或者是以



欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的,由商标局宣告 该注册商标无效;其他单位或者个人可以请求商标评审委 员会宣告该注册商标无效。"

规定中以"其他不正当手段取得注册的"情形就包含非以使用为目的、大量囤积商标,侵占公共资源。注而不用本身是对商标资源的一种浪费,虽然商标法并未就申请注册商标的数量作为规定,但是应当维护良好的商标注册秩序。

如果被商标局判定为不正当手段注册,很有可能就会面临驳回的结果,一万多件商标确实是一笔很大的资源。

如果没有被商标局判定为不正当手段注册,顺利拿到证书,如此庞大数量的商标能使用的完吗?估计自然也避免不了被他人以连续三年不使用为理由撤销的风险吧。

最后啥也不说,8月27号又快来了,土豪会不会继续 出手呢?

来源: 品源知识产权

立森印迹牵手品源知识产权签署知识产权战略合作协议







月28日,立森印迹诊断技术(无锡)有限公司与品源知识产权在京举行战略合作签约仪式,立森印迹成总、周总、李博士,品源知识产权副总经理胡彬,品源管理咨询公司总经理蒋一明等人出席签约仪式。

签约仪式上,立森印迹与品源知识产权表示双方将积极维护和拓展 已形成的良好合作关系,共同探索新兴业务领域的知识产权战略合作, 并将根据双方的战略布局、资源及能力优势,结合已开展的合作方向, 在专利、商标、科技项目等方面开展深入合作与交流。本次协议签署是 立森印迹和品源知识产权合作发展的重要里程碑。

在全球经济知识化日益突出的背景下,知识产权制度为新经济发展 提供了可靠支撑。中国经济正处于转型升级关键期,文化创新、高端服 务业等成为中国经济新的增长点。发展新经济,培育新动能,其核心就 是创新驱动,而创新离不开知识产权的保驾护航。习近平总书记在今年 的博鳌亚洲论坛上强调:"加强知识产权保护。这是完善产权保护制度 最重要的内容,也是提高中国经济竞争力最大的激励。" 作为一家外资的专业第三方医学检验机构,立森印迹一直致力于医疗检测技术的创新,具有坚实的科学背景与研发基础。该公司拥有全球首创的核心印迹基因检测技术,目前已申请多项国内及国际专利。公司独有的超灵敏检测技术为肿瘤的早期诊断提供了可靠检测依据,帮助患者得到及时、适度的治疗,促进个性化、精准化医疗的发展,为肿瘤医学发展做出巨大贡献。

品源知识产权副总经理胡彬表示,此次与立森印迹的战略合作,旨在下好先手棋、打好主动仗,让企业科技创新成果得到充分尊重和保护,助力企业建立知识产权创造机制,以高价值知识产权助推产业高质量发展。在面对市场的重大需求和竞争的主战场时,引领行业创新,更好服务于市场,联合打造医疗服务行业的品牌独家兽。

新经济的敲门砖和钥匙是创新,创新的关键是科技和知识产权;品源知识产权始终坚持"信赖意味着责任"的价值观,为客户提供更专业、更科学、更高质量的知识产权服务,助力企业加快建设成为新时代创新型企业,为建设创新型国家添砖加瓦,奉献力量。

品源助力昆山高新区企业知识产权侵权诉讼应对策略研讨会

8日下午,由昆山高新区科知局主办、昆山市知识产权保护协会承办的"企业知识产权侵权诉讼应对策略研讨会"在昆山工研院 305 会议室成功举办,昆山高新区科知局唐杰副局长、昆山市人民法院徐华副庭长、昆山市知识产权保护协会会长张云明,来自高新区企事业单位代表约 80 余人参加了本次研讨会。

品源作为战略协作单位全面助力本次研讨会,北京市品源律师事务所陈浩律师、北京品源知识产权管理咨询有限公司总经理蒋一明博士应邀出席本次会议并发表主旨演讲。陈浩律师作了《专利侵权应诉技巧》专题报告,介绍了专利侵权诉讼的基本流程,并结合目前相关案例对应诉技巧进行了解读。蒋一明博士就《专利侵权分析中细节问题的处理》作了专题讲解,分别从专利侵权分析基本原则、说明书对权利要求的解释、审查过程文档

的利用、方法专利中的步骤顺序、缺省型变劣 技术方案的侵权判断等方面进行系统地分析和 讲解。



品源作为现任昆山市知识产权保护协会会长单位,一直致力于昆山知识产权的各项工作,积极参加昆山知识产权行业论坛、盛会,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、贡献昆山创新发展。2018年,品源将继续秉承"信赖意味着责任"的理念,为昆山广大企事业单位提供更为高效、专业、高端的知识产权代理及咨询服务!





品源荣获第三批全国知识产权 服务品牌机构

2018年8月6日,第三批全国知识产权服务品牌机构评鉴发布会暨知识产权服务业高级管理人员研修班开班式在京举行。北京品源专利代理有限公司派代表参加,并获得"第三批全国知识产权服务品牌机构"荣誉证书。

国家知识产权局副局长甘绍宁出席并致辞,他指出当前,中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,知识产权的作用日益凸显。品牌建设是知识产权服务向价值链高端延伸、高质量发展的必由之路。希望全国知识产权服务品牌机构珍惜荣誉,带头加强诚信建设,模范遵守职业道德,不断提升服务品质,树立好榜样、传递正能量,将"品牌机构"铸造成业内公认的"金字招牌",为全国的知识产权服务机构做好表率。

为树立标杆典型、发挥示范作用,国家知识产权局自 2012 年以来,陆续开展了四批全国知识产权服务品牌机构培育工作。北京品源专利代理有限公司于 2016 年入选第三批培育机构,现培育期已届满。经过重重评审,第三批"全国知识产权服务品牌机构"名单在大会上公布,北

京品源专利代理有限公司成功通过评鉴,荣获 "全国知识产权服务品牌机构"称号。

14 年来,品源不断 扩展公司规模,目前已 设立 16 个办事处和 3



个海外分支机构,并不断拓展业务领域,加强内部管理制度建设,进一步提高服务能力和质量,努力打造成规模化、专业化、国际化和品牌化的一流知识产权服务机构,提升社会影响力和国际竞争力,积极配合并充分发挥知识产权服务创新驱动发展的作用。

本次被评为"全国知识产权服务品牌机构",标志着品源扎实的专业能力和优良的服务态度得到了社会各界的认可。品源知识产权也将再接再厉,不断加强自身建设,持续提升知识产权服务的品质。

品源知识产权 2018 年中合伙人会议 在青岛成功召开

2018年7月27日,品源知识产权2018年中合伙人会议在青岛顺利召开。品源知识产权管理合伙人/总经理闵桂祥,副总经理胡彬及公司合伙人,共二十余人参加本次会议。以期在分享和聆听中实现专业提升,在沟通与交流中,总结2018年公司工作,明确公司未来发展方向和发展战略。

此次合伙人会议由副总经理胡彬先生主持。会议开始后品源知识产权管理合伙人/总经理闵桂祥先生首先发表讲话,闵总指出,经过2018年上半年的不断努力,公司发展又上一层楼,公司上下一条心,团结互助,学习氛围越来越浓厚,各部门之间业务合作愈加亲密,团队服务水平越来越高。尤其在知识产权诉讼和咨询两大版块,服务对象不断扩大,业务量不断提升,团队效率不断提高。品牌文化宣传与公司队伍规模建设趋于成熟。在短短半年内取得的长足进步离不开公司每一位成员在工作上日复一日的辛勤付出。

总结 2018 年上半年工作后,闵总针对未来公司发展指出努力方向,即在巩固公司传统业务优势同时,不断扩大业务范围,发展成为一家知



识产权申请、诉讼、咨询等全方位服务的综合型产业链公司。不断加强人才建设,提高公司服务质量,把服务品质做到极致,实现品牌"知名度"与"美誉度"并行。早日实现成为受信赖的全球一流知识产权服务商。

随后,品源知识产权合伙人依次发言,汇报各自领域的工作情况,针对市场拓展、公司管理、人才资源、公司文化等议题,大家结合自身的业务特点和管理经验提出了各自看法,并进行了热烈的讨论。通过这样的观点碰撞,智慧整合,为未来的规划部署奠定基础,让大家思路更清晰明朗。

关山初度尘未洗,策马扬鞭再奋蹄。2018年是品源知识产权发展历程中极具重要意义的一年,下半年品源知识产权将再接再厉,创造公司新辉煌,书写崭新的华彩篇章,在国际知识产权市场完美绽放、共创辉煌!



品源荣登2017年度 PCT 专 利 申 请 量

日,北京市知识产权局、北京市专利代理人协会联合发布 《2017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。

一年一个台阶,品源继 2014、2015、2016 年取得良好成绩后, 2017 年品源继续保持稳步前进、奋力向上的良好态势,在北京市专利 代理机构代理专利申请业务总量等多项排名中名列前茅,并以 1323 件 的成绩,在代理 PCT 专利申请业务排名中位列第一,在代理中国申请 人向外国递交业务排名中位列第七,在专利申请业务总量排名第九。

自《北京市专利代理年报》发布以来,品源每年都在不同业务领域和不同指标排名中名列前茅,尤其在PCT专利申请量、发明专利申请量、专利申请业务总量等公认值得参考的评价项目上,申请量连年上升,成绩斐然。

近年来,随着企业"走出去"步伐的不断加快,我国企业的国际专利申请大幅提升。品源凭借自身实力,不断升华业务能力和服务质量,获得了广大客户的信赖和认可,从2016年712件到2017年1323件,品源代理PCT专利申请量实现翻番增长。

多年来,品源凭着孜孜不倦的努力,为国内外客户提供高质量、高标准、高效率的知识产权全方位服务,获得了中兴、百度、OPPO、海尔等众多知名企业的认可和好评。随着品源国际化进程的加快,品源在加固专利商标传统业务优势的同时,重点发展知识产权诉讼+咨询领域,努力向纵深型知识产权申请、非诉、诉讼、咨询、信息、运营和培训等全方位服务的综合型产业链模式的全球一流知识产权服务商转化。

本次成绩的取得不仅是对品源专利业务水平和服务质量的肯定,更 鼓励品源今后将一如既往的秉承"信赖意味着责任"的价值观,不断在 知识产权方面为中外企业赋能,助力更多品牌成长并走向国际,为中国 创新加油!

第一名

表 3-7 2017 年北京市专利代理机构代理专利申请业务总量前十名

排名	北京市专利代理机构名称	总量 (件)	发明 (件)	实用新型 (件)	外观设计 (件)
1	北京科亿知识产权代理事务所(普通合伙)	46244	8707	26853	10684
2	北京超凡志成知识产权代理事务所(普通合伙)	39790	14543	17160	8087
3	北京华仲龙腾专利代理事务所(普通合伙)	39215	8921	22894	7400
4	北京集佳知识产权代理有限公司	32537	21327	8581	2629
5	北京轻创知识产权代理有限公司	23861	9589	12164	2108
6	北京众合诚成知识产权代理有限公司	20161	8657	10576	928
7	北京清亦华知识产权代理事务所(普通合伙)	17896	9465	7229	1202
8	北京科家知识产权代理事务所(普通合伙)	17531	3179	10604	3748
9	北京品源专利代理有限公司	14552	7905	4855	1792
10	北京联瑞联丰知识产权代理事务所(普通合伙)	14510	4609	8726	1175

表 3-9 2017 年北京市专利代理机构代理 PCT 专利申请(包括内向外和外向内)代理业务总量前十名

排名	北京市专利代理机构名称	业务量 (件)
1	北京品源专利代理有限公司	1323
2	北京清亦华知识产权代理事务所(普通合伙)	1210
3	北京派特恩知识产权代理有限公司	1125
4	北京康信知识产权代理有限责任公司	943
5	北京安信方达知识产权代理有限公司	836
6	北京集佳知识产权代理有限公司	712
7	中科专利商标代理有限责任公司	632
8	北京三友知识产权代理有限公司	627
9	北京同达信恒知识产权代理有限公司	614
10	北京市柳沈律师事务所	613

表 3-11 2017 年北京市专利代理机构代理中国申请人向外国递交业务前十名 15

排名	北京市专利代理机构名称	业务量(件
1	北京安信方达知识产权代理有限公司	1526
2	北京连和连知识产权代理有限公司	1344
3	北京清亦华知识产权代理事务所(普通合伙)	1193
4	北京律智知识产权代理有限公司	1094
5	北京市柳沈律师事务所	1067
6	北京华凯弘信专利代理事务所(特殊普通合伙)	1067
7	北京品源专利代理有限公司	1023
8	北京银龙知识产权代理有限公司	943
9	北京市金杜律师事务所	828
10	中科专利商标代理有限责任公司	777

品源管理咨询丁海涛老师受邀担任大连市专利培训导师

2018年6月28日,由大连市知识产权局主办、大连市知识产权服务中心和大连交通大学承办的"大连市专利信息运用能力提升培训班"在大连交通大学图书馆成功举行,来自大连市各企业知识产权相关部门负责人参加了本次培训。

入深,并配以翔实的案例,围绕专利信息检索、专利布局策略、专利导 航策略三个模块,对专利信息运用相关技能进行了梳理和分享。培训课 程结束后,丁海涛老师还对各企业相关负责人日常知识产权工作中遇到 的问题逐一作答。

BEYOND INFORMATION・サラル 黒テル 品源资讯 本次培训班特邀北京品源知识产权管理 咨询有限公司机械总监丁海涛担任主讲嘉宾。 丁海涛老师从专利检索基础知识入手,由浅 本次培训班氛围良好,各企业参与热情高,进一步提升了大连市企 业专利信息运用能力及利用水平。

苏州品源受邀参加 第二届桑田岛产业知识产权圆桌峰会





月23日,由苏州市知识产权局、苏州工业园区知识产权局和苏州纳米科技发展有限公司联合主办的的"第二届桑田岛产业知识产权圆桌峰会暨江苏省战略性新兴产业(集成电路封装测试领域)专利预警分析报告发布会"在西交利物浦国际会议中心召开。品源知识产权苏州分公司作为该活动的合作支持单位,应邀出席会议!

参加本次会议的有来自苏州省、市、区知识产权局领导、苏州纳米科技发展有限公司领导及80余名企事业单位知识产权代表!

会上,北京品源知识产权管理咨询有限公司总监黄东峰作了《知识 产权服务助力知识产权运营》专题报告,他首先围绕专利运营的政策环 境,介绍了国家及各地方政府部门发布的相关政策性文件,在此基础上,他进一步介绍了国内外专利运营的相关案例,最后结合目前相关案例介绍了服务机构在专利运营过程中起到的助推作用。

品源苏州分公司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、推进知识产权发展。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!

品源知识产权合伙人一殷慎敏博士 荣获"江苏省知识产权骨干人才"称号



日,根据《江苏省知识产权人才评选工作委员会章程》(苏知发(2016)68号),江苏省知识产权人才评选工作委员会通过初审、网评、集中评选三个步骤和江苏省知识产权局局长办公会议研究通过,公布了第二批江苏省知识产权领军人才及骨干人才评选结果。品源知识产权合伙人一般慎敏博士荣获"江苏省知识产权骨干人才"称号。江苏省知识产权骨干人才是指从事知识产权工作,

业务能力较强,知识产权综合素质较高,工作中能独挡一面,并能发挥 带动引领作用的知识产权人才。

世界经济增长从最开始的资源驱动到后来的资本驱动、技术驱动, 再到如今的知识驱动,知识产权对经济增长的贡献与日俱增。知识产权 正成为引领创新的不竭动力源泉。品源知识产权合伙人殷慎敏博士投身 知识产权行业十几载,对中国专利保护制度、审查实践、司法保护现状 有着广泛的了解和精深的把握,尤其在涉及生物技术的发明专利保护服 务方面积累了丰富的经验,取得了卓越的成绩。

此次入选骨干人才名单,殷博士表示在今后的知识产权工作中,不忘初心,积极投身于江苏省知识产权强省建设事业中,为国家创新驱动发展战略和知识产权强国战略贡献智慧贡献一份力量。

品源资讯

心泊易水湖, 梦栖狼牙山

品源知识产权 2018 年度旅游活动圆满结束











炎夏日,徜徉水镇,青山环抱,绿水悠悠,望得见山、看得 水,云卷云舒绘就绿色长卷。近日,北京品源知识产权和 天津品源知识产权的小伙伴们来到了碧波荡漾的易水湖,开 启了 2018 公司年度之旅。

源远流淌的易水汇聚成了烟波浩淼,水天一色的易水湖,湖中的荷 花干姿百态,犹如水中仙子,将湖面点缀的五颜六色。看着如此美丽的 景色,大家迫不及待的坐上游艇,饱览湖光山色,望着翠绿的山峰、碧 绿的湖水,清澈的蓝天,感受凉爽的清风,"但愿长醉不愿醒,易水湖 畔做仙人。"让人如同与山河大地融为一体。到达老子峰后,拾阶而上, 周边山石林立,树木繁茂,仰观山势雄奇险峻,俯看湖水清澈柔美,好 不快哉!

来到易水湖,怎能错过太行风情浓郁的恋乡、太行水镇呢,易水河 从镇中间穿行而过,河水清澈见底,水街、山货街、小吃街等,青砖灰 瓦黄土墙的建筑诠释着太行风情,驴肉火烧、核桃大枣让味蕾充盈着太 行味道。"春天的黄昏请你陪我到梦中的水乡,那挥动的手在薄雾中飘 荡……"徜徉水镇,不由让人想起那首《梦里水乡》歌曲中的柔情旋律。

与小情小调的江南水乡相比, 易水穿过的太行

水镇更多了些北方的大气和豪放。

幸福的时光总是飞逝而过,傍晚时分,大家来到狼牙山脚下的酒店。 品尝当地特色美食,色泽金黄的柴鸡蛋,外焦里嫩的烤羊腿,鲜嫩爽口 的野菜……让人大快朵颐! "明月别枝惊鹊,清风半夜鸣蝉。" 在凉爽 的静谧之夜,三五好友相聚一起或唱歌或打牌或聊天或欣赏乡村风景, 享受难得的温馨时光。

第二天清晨,伴着蝶舞虫鸣,袅袅青烟,大家轻装上阵,早早来到 雄伟壮丽的红色革命根据地一狼牙山,"巍巍狼牙山,苍茫云海间。青 峰拔地起,只手欲擎天",这里山峰如聚,紧紧相连,山形似刀削斧劈, 姿态万千, 既婀娜秀丽, 又巍峨壮观, 漫山遍布苍松翠柏, 飞瀑流泉, 是天然的避暑胜地。品源的小伙伴们一鼓作气,爬到顶峰,站在山顶的 玻璃栈道,俯瞰狼牙山竞秀群峰,真正体会到"一览众山小"的感觉。 站在透明的玻璃上,有的小伙伴小心翼翼的挪动,"步步惊心";有的 小伙伴玩心大起,跳舞、瑜伽、唱歌,让人赞叹不已。

为期两天的夏季旅行,大家一路上谈笑风生,抑制不住兴奋的心情。 旅行过程中,各大景点美丽如画的风景、当地居民的热情好客都给大家 留下了深刻的记忆。浅相遇、深相知、终相随。我们终其一生,跋山涉 水,都在追寻与自己灵魂相近的人。归程的此刻,于内心是一种温暖, 于心灵是一种震撼,于生命是一种感动。感恩在品源一切美好的遇见! 感恩在品源一切温暖的相知!













品源 2018 第二批新员工

不了开班仪式上,总经理闵桂祥对我们的诚意教导,忘不了课程培训时,各位授课老师的春风化雨,忘不了生日会上,诚意满满的祝福和礼物,忘不了素质拓展时,大家的拼搏向上,忘不了羽毛球篮球场上,大家的挥汗如雨,忘不了日常生活和工作中,暖心帮助的品源小哥哥小姐姐们,忘不了的太多太多。

是金子总会发光,有梦想总要去闯。这个夏天,因为一群青年人的努力而熠熠闪光。50多位品源追梦青年们执着追梦,勇敢蜕变,创造着"梦想起航"的 C 位人生。

7月20日,品源第二届新员工培训拉下了帷幕,在短短的二十天的培训中,50多位学员不仅学到了专利代理人具备的专业技能,还有作为一名"品源人"的坚实品质。

五个来自不同部门的团队,在毕业典礼上给 所有在场人员展示了"最美"面貌。通过近一个 月的学习和工作,大家不再是懵懂的青葱少年,过去的"我们"可能不善言辞,可能内敛羞涩,可能缺乏自信,这段时间的"历练",我们的身心得到了成长,我们的能力得到了锻炼,我们的青春得到了绽放。

在舞台上,大家不仅演绎了丰富多彩、美轮美奂的舞蹈小品等节目表演,更向大家展示了作为专利代理人信心满满、朝气蓬勃的面貌。正如公司准备的毕业礼物——《品源之船》画面所祝愿的,愿大家在未来的航行中,乘风破浪,勇往直前,早日抵达梦想的彼岸。

此次毕业典礼,在欢声笑语中,不知不觉就结束了,看着"毕业生们"拿着奖杯、荣誉证书和老师们幸福合影的画面,小编不禁也笑了起来,所幸我与这些优秀的90后,都在品源大船上;在今后的日子里有梦有光更有希望,愿大家都绽放自己的绝代芳华。

东莞品源举办员工生日会

增强团队凝聚力,增进员工友谊,促进公司企业文化建设。 2018年7月27日,东莞品源特组织全员为近期生日的员工举办了一场温馨友爱的集体生日会,在给大家带来丝丝暖意的同时,也为品源的员工关怀文化增添了妙趣横生的一笔。

下午 5 点,品源东莞分公司 2018 年二季度员工生日会准时拉开序幕,为活跃现场气氛,充分调动小伙伴们的参与积极性,"看拼音猜成语"的小游戏率先登场,该游戏看似简单其实暗藏玄机,不同难度的成语穿插其中,各小组紧张沉着应对,当猜中答案时,开心的、兴奋的、惊讶



的各色表情映入眼帘, 仿佛回到了学生时期, 忆起那段奋力拼搏的 青葱岁月。

当熟悉的生日祝福 歌响起,生日蛋糕上闪 耀着点点星光,映出 了家人们幸福的笑脸。 大家围在一起,拍照,切蛋糕、吃零食、玩游戏、许下这一年最美好的愿望。共同分享着生日的喜悦,感受着品源大家庭的温暖。整个生日会,时间虽短,但不缺温馨和热情,大家玩得非常尽兴,笑语不断,温情不减。



生日是属于每个人最特别的日子!小时候,我们有父母的陪伴;上学时,我们有同窗的祝福;工作后的我们,在纷繁尘世中四处奔波,常常会忽略这个意义非常的日子。

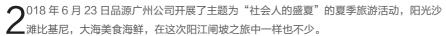
但即便我们忘记,却依然有人还记得为我们庆祝。因为在品源,总有一个特别的日子,它像一支待放的花苞,为生日的家人们倾慕绽放,特意为你而来。

品源资讯

社会人的盛夏

品源广州公司 2018 年员工旅游活动





到达目的地后,大家就迫不及待的品尝当地各类海鲜,肚子里有海鲜 Buff 的加持,我们已经按耐不住和它们一起游向大海。阳光、沙滩 社会人,是不是少了点什么?这里有冲不完的浪,喝不完的海水,还有停不下来的社会人。

夜幕降临,海面平静,拥抱着爱人,坐在沙滩边,面朝大海,一起吹着海风,眺望无尽的 大海。醒醒,这个画面是不存在,因为有一群社会人要开始表演真正的技术,嗨起来! 席地而坐, 灯柱为烛,这样的沙滩生日派对你有没有经历过? 讲真的,海风这么大,蜡烛真的点不起来, 画面不是一般的美哒哒哦!

这样团聚的时刻,怎么能少的了游戏的身影呢?群龙取物,这是一场 80 后老戏骨与 90 后戏精的"巅峰对决"!按年龄段进行分组,每队有 2 分钟时间,轮流上场,在事先规定的距离之外,每队队员轮流取到放置的物资。游戏开始后,团队任何队员不得触碰到界限本身及界限以内,不得借助除身体外任何其他物品,每位队员均需取一件物品。这些就是今晚你们看星星,看月亮,看世界杯的必备良品。

相信在这样一项活动中,面对这么远的距离,我们每个人心中都曾有过疑惑。当我们面临这一项仅靠个人力量是完全不可能完成的任务时,我们每个人都是直面问题,选择了挑战自己,克服心理及现实中的障碍,积极的思考对策,不断的研讨问题解决的办法。通过相互之间的配合,发挥出超强的团队力量,最终圆满完成了任务!我们应该相信组织、相信自身所在的团队,以及团队中的每一个人;"信赖意味着责任"始终是品源的核心价值观。











品源深圳分公司

2018年夏季旅游台山上川岛之旅

2018年6月23日,品源深圳分公司迎来了期盼已久的夏季旅游,大家齐集在美丽的粤西台山上川岛,享受浓郁海岛风情与丰盛的海鲜美食。

6月23日清晨,伴随着欢声笑语,大家乘车前往山咀港码头,随后在万顷碧波上滑翔半个小时后,终于与上川岛紧紧拥抱,在"东方夏威夷"的飞沙滩旅游区,大家放开怀抱在海滩上尽情狂欢、游泳、冲浪,领略曾经大海盗的藏宝之地,感受美丽宁静又惊险刺激的海岛风情。



上川岛.飞沙滩水清沙白,柔嫩细致,一阵阵、一排排的海浪,断断续续地向岩边扑来,沙滩平缓地向海里伸去,在百米远处,水深不过头顶,的确是理想的天然海上浴场。傍晚在享用了岛上特色的海鲜晚餐后,有的小伙伴在美丽的海滩漫步,感受无限温柔的海风,静听涛声依旧的海水;有的小伙伴结伴同行,在长达4800米的飞沙滩进行夜捉沙蟹的活动,灯光所照之处,沙蟹无处不在,它们身手敏捷,步法飘忽,经过一番激烈的斗智斗勇后,品源小伙伴们收获满满。



第二天清晨,万籁俱静,太阳刚刚升起,就有小伙伴们早早的起床, 站在海边静等太阳升起时的壮观场景,海风拂过头发,海浪向礁石扑打 过去,在雾蒙蒙的天边,染上一片橙红色,一会又染成桔红色,一会又暗下去,暗成浅灰色。就在这片浅灰色里,慢慢烘出一个半圆形的浅红色轮光,轮光下面骨突地冒出半边鲜红鲜红的太阳,越冒越高,转眼跳出水面,于是一轮又红又大的太阳稳稳当当搁在海面上。一刹那间,万物好像都有了光彩,此时日出经历让人久久难忘。

吃完丰盛的海鲜蒸汽午餐,大家整装齐发,前往了姜文经典电影《让子弹飞》的主要拍摄地——梅家大院, 108 幢二至三层的骑楼,呈长方形排列,鳞次栉比,整齐划一,俨如一座小方城,到现在看,其规模、气势都甚是宏大、壮观,各家的立面五化八门,各有特色,既有欧美风格的洋气,又不失中式建筑的稳重,有的立面线条繁锁,但很优美,装饰精微,构思巧妙,有着浓厚的中国传统文化元素。作为全国保存得最完好的华侨建筑,油画般的骑楼廊道,耸立的屋檐,斑剥的墙体,欧式的廊柱与窗台,楼顶正顽强生长的植被,断裂的横梁——站在烈日下凝视这一切,历史如此清晰却又恍如隔世。大家信步走在街道,静静倾听每栋楼的"独家故事"。



时间快速的流淌,生活不止有工作,还有诗和远方,身体和灵魂,总有一个要在路上。两天的闲暇时光,品源深圳分公司的小伙伴们一路欢声笑语,不仅在旅途中饱览了美丽的自然景观,同时也锻炼了身体,增进了同事之间的友情,更是深切地感受到公司对员工的关怀,让人不禁期待起下一次的同游!世界那么大,期待明年你和我们一起踏上新旅途。

在盛夏时光里 唱响生日赞歌





夏七月,燕语莺啼。细数匆匆时光,往往充实而又让人心存感激。7月从来不是个平凡的月份,仲夏浓烈饱满的激情,不仅吹响了世界杯的号角,也让品源迎来一波才华横溢、青春热情的新员工们。

生机盎然,缤纷绚烂的七月,品源的新员工们在紧锣密鼓的培训之余,也享受着大家庭温暖欢乐的轻松时光。一块蛋糕、一个礼物、一个心愿、一句祝福······一次缤纷多彩、温馨欢快的生日 PARTY 在最美好的时光如期而至。

生日是属于每个人最特别的日子。小时候,我们有父母的陪伴;工作后的我们,为了生活四处奔波,常常会忽略这个意义非凡的日子,但深情不及久伴,厚爱无需多言,你的每一次生日,品源都不会缺席!

7月13日下午,品源人的专属福利,"七月集体生日会"温馨上演,经过装扮后的生日趴现场,洋溢着温馨、欢快的氛围 ,在绚丽灯光的

照耀下,寿星们齐聚一堂。品源知识产权副总经理胡彬先生亲临现场为 所有寿星们送上生日祝福和生日礼物,祝愿大家事事顺心、工作顺利、 勇攀高峰。其他同事也为寿星们准备了惊喜大礼——大家一起绘制的油 画,看着一幅幅色彩丰富的画面,寿星们无比动容。伴随着欢声笑语, 大家齐唱生日快乐歌,胡总与寿星们共同点燃蜡烛,许下美好愿望。

生日会除了琳琅满目的美食、香甜可口的蛋糕、惊喜满满的礼品, 真诚温暖的祝福外,当然还少不了令人期待的节目表演和游戏环节了! 本次 PARTY 特邀请公司"吉他小王子"和"相声大师"献上了精心 准备的节目表演。在共同享用美食之余,公司特设计了"记忆之王"、 "指压板竞速"、"比腿长"等小游戏,大家争先恐后、激情拼搏,现 场气氛异常活跃,欢笑声不绝于耳,大家内心的喜悦和欢乐溢于言表。

有一种关爱总是悄悄浸入内心,员工生日会,最浓的情,最深的爱, 很幸运,因为有你们,在最美的年华相聚于自由自在的时光里,品源与 大家一起携手团结一心向前冲,奋力迎接属于每一个人的新时代。

新起点,新征程

苏州品源举办新员工入职培训

帮助新员工更好地熟悉企业文化,融入公司工作生活,近日品源苏州分公司组织 了为期半天的新员工入职培训,培训课程涉及公司发展历程、组织架构、企业文 化、规章制度、专业知识等。

首先小伙伴们在人事主管曾妍的组织下一起学习了公司的各项规章制度,接着刘臣刚老师就知识产权的相关知识为新员工做了系统地讲解和培训,最后品源苏州分公司经理张 云明介绍了公司发展历程及行业背景。

张老师在培训最后以自身经历,勉励大家要明确学习和努力的方向,制定自身职业发展路线,以事半功倍的效率,不断提升自身能力和素养。迅速转换角色,融入到品源这个大家庭中,担当主人公的角色,为品源发展壮大贡献绵绵不绝的源动力。

入职培训就像一个窗口,是新员工了解公司、融入公司的一个重要环节。品源知识产权一直重视新员工的入职培训工作,通过入职培训、团队活动等方式让新员工们进一步了

解品源的价值观和企业文化。品源良好企业文化和发展通道机制, 不仅让大家更加坚定信心投身品源这个大家庭,也让大家更好地 实现自身价值,绽放出最美的青春色彩!









北京总部

66

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西道风华科技大厦 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

武汉分公司:

电话: 027-59207718 / 59207887 邮箱: wuhan@boip.com.cn

地址:湖北省武汉市东湖新技术开发区珞喻路 889 号光谷国际广场

A座 2515

> 海外分支机构 OverseasBranches



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

上三、汗荒克

