

品源资讯



没有洪荒之力外文商标中文译名怎么保护？

那些年，姓名被抢注的名人

印象野三坡一品源2016夏季旅游

品源被评为全国知识产权服务品牌培育机构

CONTENTS

商标快讯

TRADEMARK EXPRESS

- | | | |
|----|---------------------|---------|
| 1 | 没有洪荒之力外文商标中文译名怎么保护? | 文 / 吴小雨 |
| 3 | 那些年, 姓名被抢注的名人 | 文 / 佚名 |
| 7 | 服装行业的商标权应如何保护? | 文 / 李立娟 |
| 10 | 美国商标注册“三步曲” | 文 / 佚名 |



专利视界

PATENT HORIZON

- | | | |
|----|---------------------------|--------|
| 12 | 浅谈企业专利分析工作的管理思路 | 文 / 王冀 |
| 15 | 微软 / 丰田 / 特斯拉等开放专利之策略 | 文 / 陈燕 |
| 18 | 申请海外专利, 这些认识误区不能有 (上) | 文 / 王雪 |
| 20 | 美国专利商标局启动癌症治疗方法专利申请快速审查项目 | 文 / 佚名 |
| 22 | 史上最完整的专利信息数据库网址大全 | |



检索分析

SEARCH AND ANALYZE

- | | | |
|----|----------------------------------|-----------------|
| 27 | 关于印发《专利收费减缴办法》的通知 | 来源 / 财政部网站 |
| 29 | 探究专利与创新医疗器械的密切关系 | 文 / 刘丹丹 |
| 33 | 未来 3 到 5 年石墨烯行业将开打专利战? | 来源 / 科技日报 |
| 35 | 高铁技术 | 文 / 中国知识产权网综合整理 |
| 38 | 从你死我活到一家亲, 探寻滴滴 Uber 背后的专利秘密 (上) | 文 / 陈子豪 |

品源动态

BEYOND NEWS

- 43 品源赴克罗地亚参加第 35 届欧洲商标协会 (ECTA) 年会
- 43 品源被评为全国知识产权服务品牌培育机构
- 44 印象野三坡—品源 2016 夏季旅游
- 46 品源 2016 年度上半年工作会议隆重召开
- 47 苏州品源千岛湖之旅圆满落幕
- 48 品源参加 PCT 及欧洲专利的实操经验研讨会
- 49 品源第一届“青春杯”篮球赛第二场圆满结束
- 50 东莞品源开展以“把关爱送给员工”为主题的员工体检活动
- 51 天津品源“第一届职工代表大会”顺利召开



没有洪荒之力 外文商标中文译名怎么保护？

文 / 吴小雨

随着经济全球化和我国消费水平的提高，越来越多的外国商品进入中国市场。复杂冗长的外文商品名称或商标不利于我国消费者记忆、朗读和宣传，生产者一般会选择一个既能表述产品功能，又和中国语言习惯相符的中文译名。然而，该中文译名可能已经被中国相同或类似商品的其他生产者注册为商标，外文商标权利人和中文译名商标权利人的纠纷屡见不鲜。本文作者从外文商标及其中文译名的含义着手，从范围、条件和路径3个方面分析外文商标中文译名的法律保护问题。

一、外文商标中文译名的常见类型

1. 外文商标

根据我国《商标法》第八条的规定，任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志，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。从注册商标的基本要求可以看出，商标是商品或服务的提供者为了将自己的商品或服务与他人提供的同种或类似商品

或服务相区别而使用的标记。

外文商标的本质仍是商标，必须符合上述要求。在实践中产生争议的外文商标，不仅是非中国文字，而且是非国内生产经营者在中国注册或使用的商标。因此，外文商标应当满足3个条件：能够识别商品或服务的来源、商标文字不是汉字、该商标为外国生产经营者注册或使用。

2. 外文商标的中文译名

外文商标翻译成中文主要有3种方法：音译、意译及音意两合。例如，LAFITE 翻译成“拉菲”就是音译的典型，即直接根据外文发音，选取合适的中文谐音进行表述。意译是根据外文的实际含义，而不考虑外文发音进行翻译，如 WALKMAN 翻译成“步行者”。音意两合是综合考虑外文商标的外文发音和中

文含义后，兼顾二者作出的汉译，如 Coca Cola 翻译成“可口可乐”，既和发音相似，又表明该饮料很可口。一些简称和俗称也逐渐成为外文商标的中文名称。如“索爱”是索尼爱立信的简称之一，Viagra 俗称“伟哥”。

二、外文商标中文译名争议典型案例

(一) 陆虎案

案情

原告路华公司系国外知名越野车生产厂商，其英文商号和注册商标均为 LANDROVER，第三人吉利公司系我国民营汽车生产厂商。1999年11月10日，吉利公司在汽车和周边商品上申请注册了陆虎中文商标，2001年3月7日被核准注册。路华公司随即于2004年4月26日向商评委提出对陆虎中文商标的撤



销注册申请，但商评委最终裁定对争议商标予以维持，路华公司不服裁定，起诉至法院。

审判结果

北京市第一中级人民法院判决撤销被告商评委的裁定，要求重新作出裁定。北京市高级人民法院维持原判。法院认为，在争议商标申请以前，英文“LANDROVER”越野车已经在中国被呼叫为“陆虎”，陆虎商标在汽车领域以及与汽车行业相关的领域已经具有较大影响，吉利公司理应知晓中文“陆虎”与英文“LANDROVER”的对应关系以及该名称在行业内的知名度，但其仍然将中文陆虎申请注册在汽车等商品上，其行为明显具有不正当性，不符合《商标法》的规定。

(二) 永恒印记案

案情

原告戴比尔斯百年有限公司系FOREVERMARK 商标和 FOREVERMARK 及图商标的持有人。2005年2月，高文新在加工或半加工贵金属、宝石（珠宝）等上申请注册了永恒印记商标，2008年4月被核准注册。2011年6月，戴比尔斯百年公司向商标评审委员会提出争议撤销申请。商评委最终裁定永恒印记商标予以维持。戴比尔斯百年公司不服商评委裁定，起诉至法院。

审判结果

北京市第一中级人民法院判决撤销被告商评委的裁定，要求商评委重新作出裁定。北京市高级人民法院维持原判。最高人民法院驳回高文新的再审请求。法院认为，永恒印记商标与 FOREVERMARK 商标、FOREVERMARK 及其图形组成的商标各自核定使用的商品属于相同或者类似商品，后两个商标中

FOREVERMARK 为其显著识别部分之一。“永恒印记”的词语搭配形式与 FOREVERMARK 一致，亦可译为 FOREVERMARK。FOREVERMARK 与永恒印记之间存在对应关系，二者共同使用在相同或类似商品上，易使相关公众对商品的来源产生混淆、误认，违反《商标法》的规定。

(三) 拉菲庄园案

案情

原告金色希望公司于2005年在葡萄酒、酒（饮料）、果酒（含酒精）、蒸馏酒精饮料等商品上申请注册拉菲庄园商标，于2007年被核准注册。拉菲酒庄为 LAFITE 商标注册人。2011年8月24日，拉菲酒庄向商标评审委员会提出争议申请，请求撤销拉菲庄园商标的注册。商评委最终裁定撤销拉菲庄园商标。金色希望公司不服商评委裁定，起诉至法院。

审判结果

北京市第一中级人民法院判决维持被告商评委的裁定。北京市高级人民法院判决撤销北京一中院的判决和商评委的裁定，认为拉菲庄园商标显著识别部分为拉菲，与 LAFITE 标识在字形、读音等方面存在较大差异。在争议商标申请日之前，仅有少量专业性报刊对引证商标以及“拉菲”等有所报道，且大部分报刊的专业性强，受众面较小，难以认定引证商标在争议商标申请日之前，已经在中国内地具有市场知名度，相关公众已经能够将引证商标与“拉菲”进行对应性识别，二者不构成近似商标，拉菲庄园商标注册不违反《商标法》规定。近期，最高人民法院裁定提审该案。

(四) 乔丹案

案情

乔丹公司2000年9月25日在申请注册乔丹 QIAODAN 及图商标，2012年4月21日被核准注册。2012年10月3日，迈克尔·乔丹向商评委提出撤销该商标的申请。商评委最终裁定维持乔丹 QIAODAN 及图商标。迈克尔·乔丹不服，起诉至法院。

审理结果

北京市第一中级人民法院判决维持被告商评委的裁定。北京市高级人民法院维持原判，认为 QIAODAN 仅系乔丹的汉语拼音，不唯一对应 Jordan，且 Jordan 为美国人的普通姓氏而非姓名，现有证据不足以证明乔丹和 QIAODAN 明确指向迈克尔·乔丹。乔丹 QIAODAN 及图商标中图形部分的人体形象为阴影设计，未能清楚反映人物的容貌特征，相关公众难以将争议商标中的形象认定为迈克尔·乔丹。因此，乔丹公司的行为没有违反《商标法》。2016年4月26日，最高人民法院开庭审理了乔丹案。

上述案例有4点相同之处：

1. 外文商标在该国乃至全世界都享有一定的市场知名度；
2. 该外文商标权利人在中国未申请注册对应的译名商标；
3. 中国生产经营者首先在中国申请注册前述争议商标（即该外文商标中文译名）；
4. 外文商标权利人和中文译名注册人基本为同业竞争者。

三、外文商标中文译名法律保护的具体分析

(一) 外文商标中文译名保护范围

对外文商标中文译名的保护实质上是将对外文商标承载的商誉由商

标外部形态对消费者的指引效果扩展到字音和字义范畴。商标保护关系着经营者、消费者的切身利益和整个市场的稳定运行，显然不可能保护外文商标的所有译名。

确定外文商标中文译名保护范围的核心考量因素是外文商标与中文译名的对应关系。一般需要考虑3个方面。

1. 外文商标权利人对外文商标中文译名是否使用及使用程度如何。外文商标权利人的主动使用是其中文译名受到保护的必要条件。

2. 官方组织机构对该译名的认可程度。

3. 相关公众和媒体对外文商标中文译名的使用和认可程度。

(二) 外文商标中文译名的保护条件

1. 外文商标必须具备一定知名度只有当外文商标具备了一定的知名度，足以对消费者产生吸引时，讨论其中文译名的保护才具有现实意义。对于那些原本知名度就不高的外文商标，其自身尚不能很好地发挥识别商品或服务来源的作用，当然没有将保护范围扩展至字音或字义上的必要，否则无疑是对外文商标的过度保护，违反《商标法》立法精神，侵害了相关公众对商标的选择使用权。司法实践保护的LANDROVER、FOREVERMARK等外文商标中文译名，无一不是久负盛名的商标。

2. 外文商标与具体中文译名间建立唯一对应关系

对外文商标的翻译与其说是两种语言符号的转换，不如说是两种文化的移植。即使是最为权威的词典，一个英文单词下也可能对应着数个不同的中文翻译。这意味着，

如果外文商标和某一具体中文译名间未建立唯一对应关系，那么对外文商标中文译名的保护将出现不确定的多种可能，导致将外文商标权利人的商标禁用权扩大到令人难以想象的地步。有的外文商标具有多种不同的译名，有的属于共有领域的语言资源，为公众共同享有使用，如果对不唯一对应的中文译名加以保护，实质上赋予了外文商标权利人不正当的竞争优势，使得其他同业竞争者在商标注册上举步维艰。

例如，FOREVERMARK除了可以翻译成永恒印记外，还可以翻译成永远作记号、无休止斑点、永远成绩等，但消费者显然不会将永远成绩和FOREVERMARK相混淆，戴比尔斯公司无权禁止他人使用永远成绩这一短语。因此，如果外文商标的某一中文译名未与该外文商标建立起唯一对应性，同时其使用不会导致相关公众混淆，那么外文商标权利人无权禁止他人使用该中文译名。

3. 外文商标中文译名必须由外文商标权利人主动使用

商标主动使用是指商标权利人的商标使用行为。与此相对应，社会公众对商标的使用行为称为商标被动使用行为，通常体现在媒体和社会公众对商标的宣传、报道和评论等方面。

以陆虎为例，路华公司并未使用陆虎这一译名，但由于媒体的宣传报道和公众的口口相传，这一译名为广大中国消费者熟悉和认可。这是被动使用的典型，社会公众和媒体而非商标权利人的广泛使用使得外文商标中文译名与该经营者形成唯一固定的对应关系，使其具备识别商品或服务来源的作用。

有学者认为，外文商标中文译名的保护条件之一是外文商标与对应译名间的对应性系商标权利人主动选择的结果。也有学者认为，如果外文商标的中文译名通过使用（包括主动使用和被动使用）已经能够起到正确标示商品或服务来源的功能，具有可识别性，在同时满足其他条件的情况下，即可作为未注册商标获得保护。

笔者认为，主动使用是对外文商标中文译名进行法律保护的必要条件。《商标法》《物权法》《合同法》都属于私法范畴。商标权是私权，当然适用意思自治的基本原则，在商标注册、使用、转让、商誉的建立以及权利人通过商标建立与社会公众的法律关系的过程中，外文商标权利人的自主意思举足轻重。如果外文商标权利人从未使用对应中文译名，缘何消费者和媒体通过使用建立的商标权益由其享有？例如，LANDROVER官方译名是路华而非陆虎，SonyEricsson的中文译名是索尼爱立信而非索爱，甚至有很长一段时间索尼官方声明拒绝承认“索爱”是其公司简称或者其手机或电子产品的简称。如果外文商标权利人意欲建立商誉的中文译名根本就不是公众广泛使用的汉字组合，也没有对这些译名的宣传推广付出劳动，当然谈不上通过自身劳动努力使这些名称从共有领域转归为私人所有。

此外，被动使用产生的所谓商标显然不能通过收取对价的方式进行转让，也不能许可给第三人使用，它仅能禁止他人未经许可可以生产经营为目的的使用，只具有消极权能而不具有积极权能。

(三) 外文商标中文译名的保

护思路

通常在处理外文商标中文译名纠纷时，有4种不同的保护思路。

1. 将外文商标中文译名视为未注册商标

我国《商标法》以保护注册商标为原则，保护未注册商标为例外，对未注册商标的保护仅限于未注册驰名商标。采用此种思路，对外文商标中文译名的知名度要求较高，不仅要求在国外驰名，同时在我国也具有较高知名度。权利人义务举证证明其对外文商标中文译名的使用情况，以及该中文译名的知名度。但从某种程度上说，这种思路将外文商标与其中文译名看得过分独立，一定程度上割裂了二者之间的联系。

2. 主张外文商标中文译名在先使用

在这种思路下，外文商标权利人必须证明外文商标中文译名在商标申请人申请注册前已经善意使

用，且在一定范围内产生一定影响。

商标权具有地域性的特征，“在先使用”同样也有地域要求，外文商标中文译名必须在我国法律效力范围进行使用才可能受到保护。受保护的外文商标中文译名使用行为必须是《商标法》意义上的使用，即将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源。

3. 将中文译名商标纳入外文商标禁用权的保护范围

此种情形下，审查的重点是中文译名商标与外文商标的对应程度。权利人只需证明中文译名与外文商标之间具有固定对应关系，无须将重心放在中文译名商标的使用情况上。采用这种思路，减轻了外文商标权利人的举证责任，降低了对外文商标中文译名的保护门槛。

4. 其他保护思路理论界还有一些其他的保护思路，如规定某些类别外文商标的中文名称禁止作为商标使用。比如，可以主张“伟哥”一词可能有害于社会道德风尚或者有其他不良影响而不能作为商标使用。还有的学者提出，可以把外文商标的中文名称作为在先企业名称权进行保护。此时，要求企业名称知名度相对较高，且译名申请人和外文商标权利人属于同一或相近行业。此外，还可以从《反不正当竞争法》的角度对外文商标的中文名称加以保护。在这种思路下，外文商标权利人需要举证证明译名申请注册人抢注商标侵害其合法权益，实施了不正当竞争行为。



那些年，姓名被抢注的名人

文 / 佚名

自然人王某提出注册莫言商标的申请，指定使用在第34类烟斗等商品上。商标局和商评委均作出驳回决定后，王某不服，提起行政诉讼。

法院认为：申请商标与我国首位获得诺贝尔文学奖的作家莫言笔名相同。在未经莫言本人同意或经其许可的情况下，他人以莫言作为商标注册，将对我国文化领域的社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响。抢注知名人士姓名、笔名、艺名，借助知名人士效应获得利益的行为不仅有违诚实信用原则，损害该知名人士的特定利益，而且也在一定程度上损害了公序良俗。如果允许这种商标抢注行为发生，势必会严重冲击我国正常的商标注册秩序，并助长不劳而获的不良风气。因此，这种行为不应得到支持。

瑞典斯德哥尔摩时间2015年10月5日，诺贝尔委员会宣布中国药学家屠呦呦获得2015年诺贝尔生理学或医学奖。这是中国科学家因为在中国本土进行的科学研究首次获诺贝尔科学奖。2015年10月13日，本报刊登《屠呦呦商标两年前就被注册如何维权引业界关注》一文，对屠呦呦姓名被抢注为商标

的事件从法律角度予以分析，受到广泛关注。



屠呦呦商标最早被申请注册是在2012年1月，申请人是自然人余某。该商标2013年4月成功注册，有效期至2023年3月，核定使用商品为第5类补药（药）、医用药草、药物胶囊等。最新查询结果显示，该商标目前的状态为“撤销连续三年停止使用注册商标中”。

另一件屠呦呦商标的申请人为宿州市夏氏眼镜有限公司，申请时间为2012年6月。这件商标于2014年4月成功注册，有效期至2024年3月，核定使用商品为第9类数据处理设备、护目镜、眼镜等。该商标目前的状态为“无效宣告中”。

福建省名乐体育用品有限公司于2003年4月8日申请注册第3517447号易建联YIJIANLIAN商

标，指定使用在鞋等商品上，2005年5月21日获得核准注册。2009年5月11日争议商标转让至易建联体育用品（中国）有限公司名下。

著名篮球运动员易建联对该商标提出争议，认为其注册损害了自己的姓名权。被申请人名乐体育用品有限公司答辩称，争议商标是被申请人独创的，使用的产品通过被申请人的营销网络销售，不会造成消费者误认。

商评委经审理认为：申请人易建联是我国著名篮球运动员，在争议商标申请注册前已经具有一定的社会知名度。被申请人未经申请人授权，将与申请人姓名相同的文字申请注册商标，侵害了申请人的姓名权，已构成《商标法》第三十一条所指损害他人现有的在先权利的情形。商评委因此裁定撤销易建联YIJIANLIAN商标的注册。



因认为自然人肖某在音乐厅、现场表演等服务类项目上申请注册的朗朗 LANGLANG 商标侵犯其在先姓名权，国内著名钢琴家郎朗对该商标提出争议。在商评委裁定争议商标予以撤销后，肖某提起行政诉讼，法院判决维持了商评委的裁定。

法院认为，在争议商标申请注册日前，郎朗已成为公众人物，争议商标与郎朗的姓名极为近似，核定使用的音乐厅、现场表演等服务与郎朗广为人知的钢琴表演存在一定共性，故争议商标的注册易导致消费者混淆误认，同时可能降低郎朗在公众心中早已形成的知名度和美誉度，损害了郎朗的姓名权。



2015年8月6日，宁泽涛在喀山游泳世锦赛男子100米自由泳决赛中夺冠，随后迅速红遍网络，被封新一代“国民老公”。随后，关

于山东青岛某自然人已在第25类游泳衣、游泳裤等商品上抢注宁泽涛商标的新闻不胫而走。同年8月25日，本报刊登《宁泽涛商标已公告“百倍回报”有戏吗？》一文，对此事件进行报道。

2014年9月23日，在第十七届亚运会男子50米自由泳决赛中，宁泽涛为中国游泳队收获男子项目的首枚金牌。2014年9月29日，宁泽涛商标申请注册，指定使用商品为第25类游泳衣、游泳裤等。虽然不少媒体报道此事件时，认为该商标可以为申请人带来“百倍回报”，但知识产权业界人士普遍认为这件商标在异议阶段被“枪毙”的可能性很大。如果宁泽涛本人或其团队提出异议，获得支持的可能性非常大，申请人非但不能获得百倍回报，甚至可能连申请注册商标的成本都收不回来。

目前该商标已进入异议程序。

蒙古族歌手腾格尔认为，内蒙古腾格尔酒业公司把自己知名度极高的姓名注册成商标，主观恶意明显，遂申请撤销该公司注册在冰棍、酱油、糕点等商品上的腾格尔商标。商评委认为腾格尔的请求已超过法定期限，且该商标使用在冰棍、酱油、糕点等商品上，没有对社会公

共利益和公共秩序产生消极负面影响，不会误导公众。腾格尔不服裁定，提起行政诉讼但法院判决维持了商评委的裁定。



服装行业的商标权应如何保护?

文 / 李立娟



一、服装企业注册什么类型的商标?

服装是一个比较热门的行业,包括男装、女装、童装,再细分还有孕妇专用衣服、老年衣服,服饰除了服装外还包括了袜子、手套、围巾、帽子、领带、皮带等等。注册服饰服装商标主要核心类别为25、9、10。首先是在第25类上申请商品商标,即用在吊牌,商品,包装物等上面的。另外有一些特殊的服饰,比如防辐射服装、防火服装、救生衣、防事故手套、防水衣等是属于第9类的;还有矫形形物品,如拘束衣、紧身腹围、紧身胸衣,这些是属于第10类的。

服装行为可以拓展的类别为:16、18、26、40、41、45。第18类手提包、背包、拉箱、钱包、皮草、皮具等;第26类拉链、花边、扣眼、纽扣等;第45类晚礼服出租、服装出租,以上三类可用于服装品牌拓展周边业务。第40类服装制作、

布料剪裁、服装剪裁、裘皮试装加工、服装修改、刺绣等;第42类:服装设计,以上两类可用于服装品牌做服装制作的业务拓展。

其次可以申请第35类的服务商标,也是大家常说的使用在店面招牌、市场营销、采购、广告,进出口代理方面的。虽然第35类是存在争议的一个类别,但为了商标的全面保护,特别是针对企业的一些主要的商标来说是有必要申请的,以免以后引起不必要的纠纷。不同的产品分在不同的类别里,需要针对类别申请。

二、服装行业商标 LOGO 如何选择?

我国商标法允许将文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音以及将上述要素进行组合申请商标注册。我国服装行业申请注册的商标以组合商标为主,如、单一的文字、数字或图形商标为辅,三维标志和声音商

标则十分少见。根据服装行业商标注册的实践表明,将文字、图形、以及颜色等要素组合构成的具有显著性的商标使用在服装上,一般消费者很容易辨识和记忆。相对于其他单一元素商标,组合商标具有无与伦比的优势。

三、服装企业如何正确、恰当的使用商标?

(1) 不要使用带有欺骗性的商标,如容易使用公众对服装的品质、原料、制作工艺等特点产生误认的文字、图案商标。表示商品的质量、原料或其他特点的商标本就被《商标法》所禁止申请注册,如果服装企业本未采用商标所描述的品质或使用相当原料,该行为就是虚假宣传行为,该类型的商标是无法获得注册的。例如服装企业将表示原料的“丝绸”、表示品质的“极品”等字样使用在商标上,将不会获得注册。

(2) 实际使用的注册商标与

商标局核准的注册商标区别明显，将不视为注册商标的使用，任何单位或个人可以以该注册商标连续三年不使用，向商标局申请撤销该注册商标。例如在服装上变形使用商标的图案、文字。

(3) 商标跨类别使用，可能会侵权他人商标专用权。如果服装企业注册的商标没有达到驰名商标的程度，其超越核准注册的范围将会侵权他人注册商标专用权。例如企业在第 25 类服装上获得商标注册，而该企业同时将商标使用在第 10 类的手提包、背包、拉箱、钱包等商品上，该商标可能会侵犯他人已经在第 10 类上取得注册的商标专用权。

四、服装企业容易发生的商标侵权类型有哪些？

(1) 未经商标注册人的许可，在服装上使用与权利人注册商标相同的商标的，例如，甲乙同为生产、销售服装的企业，未经甲的许可，乙将甲的注册商标使用在自己生产、销售的服装上，属于商标侵权行为。

(2) 未经商标注册人的许可，在服装上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似服装上使用与其注册商标相同或近似的商标，容易导致混淆的；例如，甲乙同为生产、销售服装的企业，未经甲的许可，乙在服装上使用了与甲商标相近似（文字近似、图形近似或整体构成近似）的商标，容易让消费者产生混淆的。或者，甲为生产、销售儿童服的企业，乙为生产、销售内衣的企业，未经甲的许可，乙在内衣上使用与甲注册商标相同或近似的商标，容易让消费者产生混淆的，

属于商标侵权行为。

(3) 伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；例如，服装生产/销售企业没有申请注册商标，其通过伪造、擅自制造他人的注册商标供自己使用或出售给他人使用，该行为构成商标侵权。

(4) 未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的服装又投入市场的；例如乙未经商标所有人甲的同意，将甲在服装上的商标吊牌撕下，更换成自己或他人授权的注册商标，然后投入市场销售的，该行为同样侵权了甲的注册商标专用权。

五、服装企业通过什么途径解决商标侵权纠纷？

根据商标法第六十条规定，因商标侵权引起纠纷的，由当事人协商解决；不愿协商或者协商不成的，商标注册人或者利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求工商行政管理部门处理。也就是说当商标侵权行为发生后，双方当事人可以就存在的争议问题进行协商，在彼此让步的基础上达成一致协议，从而使矛盾化解在最初阶段，而不须要第三方介入。如果双方当事人不愿意协商或协商不成，任何一方可以向人民法院起诉。如果在发生侵权纠纷后，商标权人或利害关系人可以让工商行政管理部门处理，工商行政管理部门有权依法查处商标侵权行为，并进行行政处罚，如果涉嫌犯罪，则须移交公安机关处理。

六、服装企业通过什么法律制止商标民事侵权和制止惩罚犯罪活动？

目前，制止商标民事侵权行为

的法律法规主要有《反不正当竞争法》、《商标法》、《商标法实施条例》、《企业名称登记管理规定》等。为了弥补相关法律规范的缺失，2008 年最高人民法院专门出台了《关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》的司法解释，规定擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；或者擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品，均属“不正当竞争行为”。对于构成刑事犯罪的，主要由《刑法》、《关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释》等来规范。

七、服装企业涉外定牌加工中委托方与加工方是否构成商标侵权？

涉外定牌加工 (OEM)，指的是我国境内企业（加工方）接受境外商标权人或者商标使用权人（委托方）的委托，按照其要求加工产品，贴附其提供的商标，并将加工的产品全部交付给境外委托人的贸易形式。

在涉外定牌加工合同中，委托方从事如下行为：提供商标或商标和原材料，指示加工方将商标按照其要求贴在指定数量的加工产品上，在境外销售该贴附商标的产品，赚取商标带来的利益；而加工方的行为相应如下：提供劳务或者劳务和原材料，按照指示加工并在产品上贴附商标，将贴好商标的产品全部出口境外委托方，赚取境外委托方的加工费，其获取的是劳务或劳

务和原材料的费用。

在认定加工方是否构成商标侵权时，首先，加工方对定牌加工委托方的商标权等相关情况是否尽到合理审查义务。如果加工方提交了委托方的主体资格证明、注册商标状况、委托加工合同等法律文件，可以确定加工方尽到了合理审查义务，主观上没有侵权故意，不构成商标侵权。其次，加工方的产品是否全部出口交付给境外的委托方，不在中国境内进行销售。如果加工方的产品没有全部交付给境外委托方，而是有部分流入国内市场，不能免除其侵权责任。最后，加工方是否有逃避法律责任的情况。如加工方与委托方实为同一企业，伪造定牌加工合同，其一旦在国内的侵权行为被查处，便将责任全部推给加工方，以此逃避法律责任。

八、国内服装企业进口在国外享有商标专用权的服装后在国内销

售，是侵犯国内商标专用权人的商标权（平行进口）？

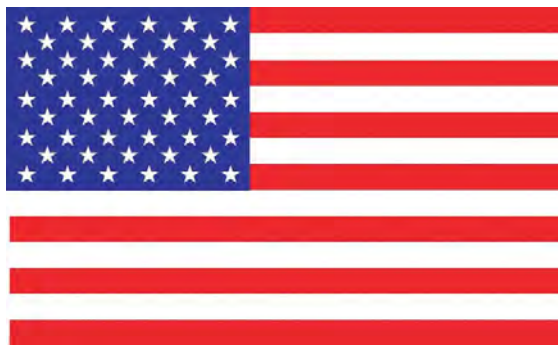
平行进口（PARALLEL IMPORTS）是指本国的商标权人将自己生产的服装出售给国外经销商或者将自己的商标许可给国外的服装生产企业后，这些国外的经销商或者服装生产企业将其与商标权人在国内生产的相同的品牌的服装，重新进口到国内的做法。由于市场营销策略（如扩大市场份额和占有率）的需要，商标权人出售给国外经销商或者国外被许可使用商标的服装企业生产的服装的价格都比较低，这些产品平行进口后，通常都会对商标权人的国内市场造成一定的冲击。然而，从我国对平行进口的司法判例可以看出，我国从消费者与充分的市场竞争角度出发，考虑到消费者可以购买到物美价廉的商品，进而活跃和繁荣了消费市场。同时，由于我国自身的世界性知名

品牌不是很多，许多企业并不具有品牌竞争的实力，相对地对我国品牌的商品平行进口不会发生很多。尤其在我国加入世贸后，更应加强商品的自由贸易，培养我国中小企业在市场中的竞争能力，使一些大品牌对我国的消费者来说有一个相对合理的能够接受的价位。这种情况下，最高人民法院最终认定平行进口不会造成相关公众对该商品来源产生混淆和误认，因此，最终认定不构成侵权。



美国商标注册“三部曲”

文 / 佚名



美国的商标保护非常完善，它不仅阻止侵权商品进入美国市场，还能阻挠他人在您所专用的商品或服务类别上再注册一个相同或者可能令人误认与混淆的商标。因此，注册商标能很好地制止竞争对手的恶意竞争，维护自己的利益。

我们为什么要注册美国商标？

美国的商标保护非常完善，它不仅阻止侵权商品进入美国市场，还能阻挠他人在您所专用的商品或服务类别上再注册一个相同或者可能令人误认与混淆的商标。因此，注册商标能很好地制止竞争对手的恶意竞争，维护自己的利益。

美国法律规定商标是可以转让的，在美国注册商标为商标权人提供了一种许可他人使用商标的机会（通常与其他知识产权一起），或为公司的特许经营或销售战略奠定了基础。

美国是采用使用在前的商标保护原则的国家。在美国商标的所有权通常取决于商标在美国的使用。一般来讲，即使先使用者从未在美国注册其商标或后使用者先注册了相同或近似的商标，先实际使用某一商标者有优于在后使用商标者的权利。当然，从商标保护的角度来讲，也不可忽视使用者的商标在美国联邦专利商标局的注册。

步骤

注册美国商标之步骤分解

第一阶段：查询自己的品牌是否能注册

美国商标查询网址：<http://www.uspto.gov/>

* 因为商标申请不是 100% 申请成功，且商标局不会退还受理费用，建议让专业的海外商标注册机构来查询及分析评估，以提高申请成功率。

第二阶段：准备资料

1、提交申请人的姓名、地址、国籍；

2 提供商标的中文或外文名称，如客户的商标未曾在美国当地使用过，则须准备“使用意向证明书”；

3、提供 20 份清晰商标图样 (2*2/8*8)；

4、黑白商标图样 8 个（彩色或灰黑不可）；

5、所申请的商品或服务类别；

6、填写申请表 1 份，申请表必须由申请人签署或由代理人签署；

7、基于已在美国使用的，提供最早在美国使用的日期；一件能显示商标在美国使用的任何样本。

8、基于意向使用的，待申请批准后六个月内提交使用说明书

9、基于本国注册为基础，提交本国注册当局出具的本国注册证明文件

申请人身份证 / 公司执照复印件

10、每份申请还需附实用标签 10 张，特殊情况不能提供实用标签的，可以用商品或其外包装的照片代替，但需突出商标部分

第三阶段：提交美国商标局

1、申请提交

填妥申请表，并签名或盖章。为了让申请顺利进行，申请提交之前必须准备好所有资料。申请提交后（3-5个工作日）会分配一个申请号，该阶段会大约经历 1-3 个月时间进入下一阶段。

2、商标审查

这一阶段会经历大约 1 个月左右时间，如果申请符合最基本的形式要求，那么申请会被分配到某个审查官手上，USPTO 的审查官将对申请注册的标志进行审查看它是否符合法律的规定，是否与已注册的商标有冲突，并决定其能否注册。

3、审查意见阶段

如不能注册，审查员会发函给申请人说明具体出现的技术或者程序上的问题，申请人必须在收到信后六个月内进行答辩，否则被认为放弃申请。如果申请材料只需要做些小的改动，审查官会电话或者 E-mail 给申请人确定改动事宜。如果申请人的答辩不能通过，审查官将发出最终驳回。申请人对最终驳回不服的，可以向 USPTO 下设的行政审判庭，即商标审判上诉委员会进行上诉。

4、公告阶段

如果审查官对申请注册的标志没有异议或者申请人答辩成功，该标志即会被印制在 USPTO 的商标公告上（每周一期）。同时，USPTO 将给申请人发出通知告知其公告日期。此后 30 天内，任何第三方可以提出反对注册意见或者要求延长第三方提出反对的时间。该反对审判由 USPTO 下设的行政审判法庭，即商标审判上诉委员会主持。如果公告后没有人提出反对意见或者申请人在反对审判中获胜，申请将进入注册程序。

5、登记阶段

在商标公告 3 个月，没有收到任何反对申请，商标局便会核准注册。恭喜你，你的商标就正式申请成功了。你就可以名正言顺的在商标旁边挂上®了哦。并且你的商标可以受美国法律保护 10 年。



浅谈企业专利分析工作的管理思路

文 / 王冀



专利分析是一项服务于特定需求、对专利信息进行延展、挖掘和解读的情报分析工作，目前已成为很多企业在日常知识产权管理中的基本工作内容。专利分析可以归入咨询业务的范畴，咨询业务的重要特征就是主要依靠专业人士的主观行为进行实施，其输出成果看似是基于客观事实的，其实受到较大的主观影响。因此，企业对专利分析工作的进度质量和成果质量都是较难评价和管理的，无论内部实施还是委托外包。

笔者结合近年来从事专利分析研究的一线经验，转换视角，从企业管理的角度提出一些思路和手段，试图改善专利分析成果的主客观因子比重，以供行业同仁批评和讨论。

一、加深对专利分析的理解

1. 专利分析是具体工作还是工作技能？

为什么首先抛出这个问题？不同的理解会导致公司形成不同的工作定位，甚至可能形成不同的人员配置结构。有的企业初次接触专利

分析是因为某项明确的工作需求，比如许可谈判，这时企业容易将专利分析理解为一种具体的工作，进而会在企业内部设置专门的专利分析岗位，这种定位往往会导致该岗位人员的工作量不平稳、或者业务过于聚焦不利职业发展。

从本质上讲，专利分析是一种工作技能，应当理解为企业知识产权团队内部每个人都应或多或少具备的素质，而不应理解为具体工作。事实上，利用到专利分析技能的专利挖掘、技术查新或者无效分析等才能作为具体工作。不管是负责产品线的专利工程师、亦或是负责争议解决的内部顾问，都可以通过专利分析提升本职工作的效能；当企业遇到明确的突发工作需求时，也可以通过抽调人员内部完成或者对接外部协同完成的方式进行解决。

基于上述考虑，企业知识产权

部门可以不设置独立的专利分析岗为，但是应考虑将资源向各岗位人员的技能培养方向倾斜。

2. 如何理解专利分析工作的执行流程？

不管利用专利分析做什么具体工作，如果看得透彻一点，跑不出以下8个执行环节，即：需求适配、行业技术调查、行业技术分解、数据检索、数据处理、图表制作、数据分析、对策撰写，其中每个环节的内涵和任务在本文中不做展开。企业在管理专利分析工作时往往存在以下诉求，即：为形成整套标准化的规划方案和考核指标，希望明晰一条专利分析的工作主线，并能将各种类型的相关工作都归结到这条主线中来。

笔者建议用以下执行流程概括专利分析具体工作的通用解决方案。

Figure 1 专利分析的通用执行流程

有时候我们会遇到很多不同的具体专利分析需求，比如用于侵权比对，比如用于许可谈判，再比如用于提交公众意见。对于这类具有明确需求的专利分析工作，均可以理解为在该通用解决方案基础上的局部省略，例如：

Figure 2 侵权比对专利分析的执行流程

3. 什么是专利分析的核心目标？

加强专利分析工作的质量管理，必须认清专利分析的核心目标。那么，专利分析的核心目标到底是什么呢？

如果站在管理者的角度整体把握，我们会发现有一条隐隐的主线始终贯穿着各种专利分析具体工作，那就是如何抓住并且匹配直接指导实际工作的需求。实际工作中，很多企业知识产权管理者缺乏实际经营经验，往往不易抓住直接指导实际工作的需求，更谈不上资源的有效分配，导致专利分析的输出成果“言过其实”。笔者遇到过这种情况，某企业的业务规模很大，业务范围涉及某领域的全行业，该企业投入经费开展专利分析项目，在立项阶段给出了“制定XX行业发展战略”、“分析XX行业各类产品的专利布局”等宏大的工作需求。由于项目实施方没有进行需求可行性分析，并且项目管理方也难以明确产品技术创新对各业务发展方向的影响程度差异，导致最终交付的项目成果看上去“面面俱到”实际

上“面面不到”。笔者估计企业高层看到最终的分析报告后，应该不会支持知识产权部门再做同样的事情了。

由此可见，专利分析的核心目标在于服务特定需求，确定直接指导实际工作的需求是管理一切专利分析项目的出发点，专利分析项目管理的本质就是在专利分析全流程中围绕上述需求对智力、时间、财物等资源进行合理分配和动态调整。

二、企业专利分析工作的管理建议

1. 人的管理

专利分析工作管理的核心在于人的管理，主要体现在“谁是工作驱动力”和“驱动力如何传导”两个方面。

笔者曾经参与过不少企业的专利分析项目，常会遇到这样的情况，项目在启动时各部门均很重视，但在项目中后期几乎只能看到知识产权部门的身影，而项目真正的需求方——业务部门已不再实际参与。出现上述情况的一个重要因素在于专利分析成果的责任人不明确。实际上，专利分析实施过程中我们一定会遇到由于研究力量不足需要二次学习或者需要业务部门协助的情况，如果没有在项目初期做好资源统筹，项目行进过程中去获取学习资源或者寻求业务团队协作是比较耗时费力的。笔者推荐的办法是预先明确该具体专利分析项目的责任人，使得责任人范围务必囊括与项目相关的主要部门，形成“业务部门主导，知产部门管理”的双核驱

动格局，从而使项目可支配资源最大化。

对于项目管理者来说，光有人际沟通能力是不够的，因为人际沟通的效率和范围是有限的，在项目的启动和行进过程中，需要形成良好的管理沟通能力，也就是创设沟通平台的能力。首先，要形成专利分析工作推进机制，提前规划好当分析需求产生时知产、业务、财务等各相关部门的责任人、介入顺序、介入方式和协同方式；其次，项目行进中要明确沟通对象的链条长度，针对实际情况固化沟通机制，比如周会制度、晨会制度、联席会议制度等，当然沟通形式不限于常规会议，也可以借助视频会议、工作群等通信工具。

2. 财的管理

经费预算是每一名企业知识产权管理者都要妥善处理的问题。有的分析项目时效性不强，相对容易进行规划，比如战略预研；但有的分析项目则是为应对某一突发事件而产生，时效性极强且需求的发起完全被动，这时项目的人力和经费可能需要从其他工作的预算中临时切分。因此，专利分析工作务必要管理好项目周期、财务支出、成果质量三者之间的平衡。

笔者多次遇到以下情况，在专利分析项目后期，实施方抱怨委托方反复修改需求、额外增加过多工作量、项目根本不赚钱，委托方这边也是一肚子苦水，埋怨实施方的研究成果始终不能让领导满意。究其本质，委托方和实施方发生冲突的原因在于事前没能对工作需求达

成统一的认识，委托方把“锚定分析需求”这件事想简单了，实施方经验不足、没能在这一阶段及时介入辅助。

所有的项目实施者都希望专利分析的需求越早确定越好，而企业也认可“锚定分析需求”是项目初期最重要的工作，但实际情况是，随着专利分析项目阶段性成果的形成，企业一定会提出迫切且在初始需求之外的新需求。为了平衡项目开展的效率和效益，笔者建议把分析需求定位于从两轮产生，首先要在项目准备阶段尽量全面地将初始

分析需求具体化，同时还要有预期并且预留资源跟进第二轮分析需求，如果分析项目是委外完成，建议将两轮需求的要求明确写进合同。当然，要切忌分析需求漫无目的地多轮产生，这反而会走到另一个极端。

3. 事的管理

想要做好全过程管理，最有效的手段是在深入理解专利分析执行流程的基础上做好节点管理。节点管理，就是将专利分析在时间维度上划分出若干执行关节，管理者将项目管理的主要精力放在对各执行

关节成果输出的质控上，由点及面、突出重点，从而实现对专利分析全过程的质量控制。

随着专利分析工作的研究成果在实践中不断得到验证，企业逐渐意识到检索质量的评估、数据可视化的形式、数据分析的手段等诸多环节都至关重要，因此逐渐意识到将专利分析的执行流程理论化、体系化。笔者从企业管理的角度对专利分析每个执行环节包括的工作任务和输出成果进行了归纳，



微软 / 丰田 / 特斯拉等开放专利之策略

文 / 陈燕

阿根廷商标体系包含异议制度，但其异议程序与大多数国家不同，独具特色，现就阿根廷异议制度进行简要说明如下：

开放专利兴起背景

所谓开放专利依开放程度而大致分两种形态，一种是不收取授权费之免费开放专利；另一种是以释放专利来换取合作机会。无论哪一种开放专利，都要事先征得专利持有人的使用同意，否则仍有侵犯专利权之疑虑。开放专利概念最早源于2005年，当时open source概念兴起，因而蓝色巨人IBM对抗开源软件联盟(Open Source Software;OSS)而决定以开放创新之名，宣布向业界开放500多件软件专利，期借助使用这些释出专利创新开发出新的东西。然而，网络及智能手机的新创公司仍如雨后春笋般冒出，如：Google、Amazon、Facebook、BlackBerry等等。

2012年开始迈入物联网、工业4.0、互联网时代，也是进入技术集合整合的混沌阶段，许多新兴技术尚待与现有产品进行跨领域测试

及整合，绝非单一企业可独立完成运作。而科技巨头已累积拥有众多专利，选择以开放专利的策略，换取结盟站稳次时代市场继续领先的机会。

接着，概述以下各科技大厂面临物联网概念冲击之下，如何活用手中众多专利资产，协助企业跨产业转型及站稳下时代新市场。

表一、专利价值新趋势—专利免费开放

微软 (Microsoft) 公司

移动终端市场，微软为追赶Android及苹果，不惜调整Windows过去操作系统授权获利模式，将免费提供这套软件给屏幕9寸以下的手机、平板及物联网硬件使用，但不包括个人计算机及笔记本电脑部分，也就是说Windows将开放9寸以下硬件不收取用户许可证费，但是应该还是须事先取得微软同意。未来，微软获利将来自广告、App和云端服务。

过去，微软Windows Phone向OEM硬件厂商收取授权费约5至15美元之间，也因此给予Google的

Android免费系统一个崛起的机会。如今，微软祭出此策略，盼鼓励吸引更多OEM厂商透过Windows平台开发更多元的硬件置，增加Windows OS的市场占有率以抢食低价的移动终端市场。

另外一个配套策略，就是微软也宣布将9寸以下硬件免费授权Windows操作系统，配合与Qualcomm提供QRD公版设计，让OEM厂商能更快速且以更低成本模式推出Windows平板、Windows Phone手机等产品。由此可见，天下没有白吃午餐，微软将操作系统获利模式从直接向OEM厂商收取，转向与芯片商合作间接获利，同时也吃下终端使用者市场。至于，微软免费授权新策略是否能成功？仍待后续观察。

丰田 (Honda) 公司

日本汽车厂商丰田为推动氢燃料的电动车，以无偿提供5,680项燃料电池相关的技术专利授权给其他厂商，包括燃料电池、储氢罐、电池控制系统、氢能源供给等方面的技术专利。丰田宣布此项无偿授



TESLA MOTORS

权期限于 2020 年年底之前，这些专利都是研发氢燃料电动车所需要的技术，为加快氢能源站的普及，约 70 项氢能源供给专利将无限期免费授权。

特斯拉 (Tesla) 公司

Tesla 是第一家提出电动车领域开放专利的厂商，2014 年 6 月宣布开放公司持有的电动车相关技术专利，以推动电动车产业的发展。Tesla 属于汽车业新创公司，主打以电池高效能充电的电动车，Roadster 汽车单次充电可以行驶最多 244 英里。在油价高涨危机及节能与环境保护的重视下，各国纷纷投入电动车发展。

未来，电动车发展重点，仍以高能量密度电池、快速充电、马达动力系统及电源管理则是关键技术，而产品多样化开发将会创造领先机会，电动车辆将有大量成长的空间，为各车厂开拓商机的重要产品。

松下 (Panasonic) 公司

Panasonic 宣布将无偿提供约 50 项物联网领域相关专利，目的是让更多制造商使用该批无偿开放专利，从技术面抢占市场。松下开放的专利，包括：用于终端和云端服

务、家庭监视系统、能源管理的软件相关，还有汽车领域、医疗保健等领域的专利，Panasonic 公司期待藉此开放专利吸引其他大型制造或生产商加入物联网相关应用，更重要是拉抬并连接到 Panasonic 的消费电子产品的商机，如：传感器、储能电池、太阳能电池板。

福特汽车 (Ford Motor) 公司

美国福特汽车公司公开该公司拥有的电动车辆相关专利，希望向其他汽车厂商开放专利，提高整个业界的电动汽车技术水准。福特并未称免费使用，势必需要征求同意以合作模式才能够使用。

此次开放的专利包括：二次电池均衡充电方法及装置、电动车辆随温能量再生制动系统、驾驶行为反馈界面等。福特电动车辆主要以混合动力车、插电式混合动力车及纯电动汽车为主，该公司拥有的电动车辆相关专利超过 650 项，并且还有 1000 多项正在申请专利。

免费开放专利之理由及目的

那么，为何这些专利巨头们愿意开放专利？甚至以免费方式进行授权呢？其理由及目的为何？

一、 这些专利巨头们选择开放专利领域都集中在次时代新技

术、新应用或新市场。不论是电动车、物联网、互联网应用，这些市场都有一个共同的特点，就是处于尚未成熟阶段。

二、 当切入新市场时，巩固生态体系、竞逐制定标准专利，杠杆内外部资源以取得有利市场地位。

三、 所有专利都是有期限的，一旦专利到期后，将无法继续为专利持有者创造收益或具保护性。而这些专利巨头们手中持有的专利价值正在加速减损中，因此，最佳选择就是加快市场应用脚步。通过阶段性的免费，催熟相关市场，相当于变相延长了自身专利的有效期，此外，还可以通过持续的专利研发投入，来确保自身在相关领域的长期主导地位 and 收益保证。

虽然，面对专利巨头们实施开放专利策略是各有盘算，相关产业的企业是应该选择接受或拒绝呢？

对我国厂商应付对策及建议

一、虽然，开放专利仍须使用前取得专利持有人同意无偿授权，否则仍会产生专利纠纷。至于，是否担心因事前沟通联系而泄露自己公司产品布局情报，宜委托信任的

第三方出面先了解探虚实后，再做决定为妥。

二、至于，相关企业的态度是接受还是拒绝？其实，相关企业无须因此而拒绝。因为，借助专利巨头们阶段性的开放专利，不仅将大幅降低相关企业的专利成本，还能帮助相关企业节省时间。没有白吃午餐，专利巨头们的无私其实是附带条件的，须事前了解清楚授权条件。

三、选择接受专利巨头们开放专利的企业来说，在免费使用这些专利进行新产品或新技术研发时，需要同步积累或形成自有专利体

系，壮大自身专利实力。避免未来专利巨头们收回“开放专利”，自己也有些专利实力达成交叉授权或讨价还价的本钱。

四、面对变化中物联网发展策略，建议我国企业知识产权部门应将已持有专利依据应用产品领域分类，再依据：

一是标准专利，并且签署FRAND；

二是标准专利，但没有签署FRAND；

三是自然形成的标准 de facto(SEPs)，像 Android 操作系统一样，是产品用到的共通性技术，

但并不是标准组织制定的；

四是零组件专利；

五是系统性专利。然后，将自己拥有专利对应到物联网产品，然后检视自己的专利地图可圈地区域及已被占据的区域，并研拟响应策略。



申请海外专利， 这些认识误区不能有（上）

文 / 王雪



作为以涉外知识产权为核心业务对象的知识产权服务和投资机构，七星天近期将为中国发明人推出海外专利申请实务推文。

文章将从中国发明人在申请海外专利时存在的专利申请认识上的误区、专利申请撰写的误区、专利申请流程的误区和专利收费水平的误区入手，深度剖析中国各类专利申请人面临的实际问题。

今天，七星天先跟您聊聊中国发明人在申请专利时都存在哪些认识上的误区。

经过多年来的积累和突破，我国科技领域的综合实力在不断攀升，并且涌现出了数量众多的科技成果。

然而，高质量海外专利匮乏的问题却始终存在。其中一个主要的原因就是中国发明人不知海外专利的真正价值（即，海外专利能为发明人带来什么），从而产生了对海外专利价值的错误认识。这样的谬误直接导致发明人错失保护核心技

术的机会、专利质量低下、甚至是频频蒙受经济损失。

七星天提示您：千万不要为了以下原因申请海外专利！

误区一：专利价值 = 荣誉体现

七星天意识到，目前我国许多发明人都普遍存在将专利看作是企业或个人“荣誉”的心理，并以此心理为指导申请海外专利。诚然，拥有专利的确可以作为个人发明和企业研发实力证明的依据，但专利的价值却绝不应仅仅局限于“荣誉”证明。在申请和获取成本较高的海外专利方面，“荣誉”导向的专利申请思想更加不可取。

错误的荣誉导向会致使发明人为了获得更多的“荣誉”，在申请专利时，更加关注授权率而非专利质量。在申请海外专利时，为了满足申请人快速获得授权的要求，一些代理人可能会选择在撰写申请书时将权利要求（Claim）的保护范围写窄，或完全按照专利审

查员的要求对申请书进行修改（通常也是将权利要求保护范围缩小），而忽视专利能够达到的保护力度，以及未来专利家族的构建。这对于专利申请人而言，实际上是一种损失。

如此“重量不重质”的申请，会直接导致专利质量的下降。具体说来，由于权利要求保护范围过窄，导致其他申请人在申请时能够轻松绕开你的专利，其结果就是你的专利起不到全面保护核心技术的作用。不仅如此，对于有能力将专利投入生产的企业来说，当专利无法完全保护产品所涵盖的技术时，你还有可能遭遇其他竞争对手发起侵权控诉，从而蒙受经济和市场的双重损失。

因此，“荣誉”导向的申请思路在海外专利申请中绝不可取。

误区二：专利的价值仅限于保护知识产权

如今，还有不少的发明人都误

认为申请专利的目的仅是为了不让其他人使用自己的技术。的确，专利的垄断权能够保护发明人的核心技术不被他人侵犯。但这只是专利价值的一个层面而非全部。

在七星天看来，海外专利在充当智力资源保护伞的同时，还能够为专利权人带来以下好处：

1. 专利权人在应对侵权风险，乃至专利侵权诉讼时，海外专利可作为与对方讨价还价和反诉的资本，这已是发达国家技术企业之间通行的策略；

2. 在对抗竞争对手时，海外专利也可以是削弱对方实力、阻断对手后路的有效武器；

3. 通过有效转化（实施或执行），海外专利还可以是企业不断创造收益的“藏宝图”，并为专利权人带来可观的经济收入。

关于海外专利的上述优势，七星天将在下篇推文中进行详细介绍。

误区三：不出国门就没必要申请海外专利

七星天发现，目前有许多国内企业发明人普遍存在市场在哪里/在哪里使用技术就申请哪里专利；只要不出国门，就完全没必要申请海外专利；等什么时候出海，再申请海外专利也不迟的错误认识。

首先，七星天认为专利竞争是市场竞争的延伸，海外专利的储备不仅是为了帮助专利权人保护自身核心技术，更重要是能够通过专利的垄断权有效打击对手，占领市场。

以美国为例，许多美国企业为抢占中国市场，早早就申请了大量的中国专利，作为保护自身利益，制约中国对手武器。

相较之下，中国的许多企业往往是在有了出海计划之后才想起来要申请海外专利。由于海外专利从申请到获得授权往往需要长达数年的周期，这样的“临时抱佛脚”导

致了许多好的、拥有很强竞争力的技术因为发明人没有及时进行专利申请而错失了保护的最佳时机，从而陷入无力接招，更无法出击的被动境地。

还是以美国为例，根据美国专利制度的要求，发明人必须在公开技术后的一年之内申请专利，否则将永久失去为其技术申请专利保护的机会，其结果就是此技术将沦为“任人免费使用的公共知识”。对于发明人而言，这无疑是一种损失。

小结：

看了上述申请认识上的误区，是否觉得自己也曾为了这些想法而错误的申请/不申请海外专利呢？那么，究竟我们为什么要申请海外专利呢？七星天将在后续的推文中为您介绍详细介绍申请海外专利能给发明人带来哪些好处。不要错过哟！



美国专利商标局启动癌症治疗方法 专利申请快速审查项目

文 / 佚名



为了支持国家攻克癌症的登月计划，美国专利商标局（USPTO）推出了一个名为“Patents 4 Patients”的项目，也称为“癌症免疫治疗试点项目”。在该项目下，申请者可获得癌症免疫疗法方法专利申请快速审查。有多少申请者会利用这次机会以及该项目是否真的能加快癌症免疫疗法专利的授权还有待观察。

国家癌症登月计划

国家癌症登月计划是由副总统拜登负责的一个耗资 10 亿美元的消除癌症的计划，旨在将 10 年的癌症研究时间压缩至 5 年，加快寻找癌症治疗方法的进程。副总统强调，由于免疫疗法在黑瘤、白血病和淋巴瘤的治疗上取得成功，是时候进一步探索更广泛的癌症治疗了。白宫发言人称，国家癌症登月计划将加快研究工作，促进数据获取以及研究者、医生、慈善团体、病人、病患支援者以及生物技术和医药企业之间的合作，从而扫除进程障碍。

USPTO 癌症免疫疗法试点项目

2016 年 6 月 29 日，USPTO 在联邦公报上公布了癌症免疫疗法试点项目，旨在尽早审查属于该项目范畴的专利申请，此类申请将被列入审查员的“特新”（special new）日程，直到第一次审查意见发布。一旦申请者提交第一次审查意见反馈，申请将进入审查员的常规“修订”日程，但 USPTO 将激励审查员迅速审查反馈。USPTO 的总体目标是在将申请纳入该项目之日起 12 个月内完成一项专利申请的审查（例如发布最终审查意见或核准通知）。

联邦公报解释了该项目的客体要求：一项合格的申请必须来自肿瘤领域，必须至少有一项关于改良、治疗或阻止人类恶性疾病方法的权利要求，而且该方法步骤有助于提升消除癌细胞的免疫系统。联邦公报还表示，合格的权利要求可以包括对破坏癌细胞起积极或被动免疫反应的细胞、抗体、蛋白质或核酸

的管理。

除了客体要求外，以下形式要求也必须满足：

- 1、申请必须为依据《美国法典》第 35 编第 111 条 a 款提交的非再颁发（non-reissue）、非临时（non-provisional）发明专利申请，或依据《美国法典》第 35 编第 371 条提交的已进入国家阶段的国际申请。

- 2、申请的独立权利要求不超过 3 个，权利要求总和不超过 20 个，不得有多项附属权利要求项（申请者可以 / 必须提交初步修改申请使申请符合这一要求）。

- 3、申请必须包含至少一项与利用免疫疗法治疗癌症方法有关的权利要求。

申请者申请加入该项目必须提交特别身份请求，请求必须满足以下要求：

- 1、请求必须包含一项声明，表明因申请包含一项满足上述资格

要求的权利主张而寻求特别身份 (special status)。

2、请求必须包含一项声明，指出如果 USPTO 发现该发明关乎多重发明，申请者同意做出取舍，通过电话沟通选择一个关于癌症免疫疗法的发明。

3、请求必须阐明，在这个项目或 USPTO 的其他项目中，该申请未被授予特殊身份。

请求必须至少在第一次审查意见发布前一日提交，或请求继续审查 (RCE)。但是，如果申请者主张的癌症免疫治疗方法是一个已进入第二或第三临床试验阶段的试验新药 (IND) 申请，前述时间要求不适用。在这种情况下，申请者可在第一次审查意见发布后但在最终审查意见或核准通知发布前提交申请。

该项目还要求在提交特殊身份

请求时提出提前公布申请。如果申请者已提出不公开请求，申请者必须撤回不公开请求书。

上述项目运行至 2017 年 6 月 29 日，除非延长或提前结束。

对专利审查的影响

加入癌症免疫疗法试验项目对专利审查有几大影响。首先，第一次审查意见会晤程序试点项目将不可用，但常规的会晤活动仍继续。

另外，反馈仅限于对审查员的驳回、反对和要求提出回应。任何使申请不符合上述要求的修订都将被视为没有充分回应，审查员可自行决定为申请者提供一次做出充分回应的机会。

特殊身份的终止

与 USPTO 许多加速审查程序一样，超过规定期限会导致申请的特殊身份终止。而且，一旦最终审查意见被邮寄出或上诉通知被提出，

项目就止于此。如果提出上诉，申请将走普通的上诉程序。而且，在提交 RCE 后，申请不再享有特殊身份。

登月还是空中楼阁？

USPTO 支持国家癌症登月计划是一件好事，但该项目是否能解决癌症免疫疗法申请面临的问题还不得而知。当下，从提交专利申请到收到第一次审查意见书的平均时间是 16 个月。这一时间期限并非真的是阻碍，申请者可以将其视为一个获得更多试验数据以确定最有希望的实施方案并强化申请的机会。类似的，一旦第一次审查意见发布，申请者可要求延长时间以收集能解决显而易见问题或可实施问题的试验数据或其他证据。鉴于这些原因，该项目是否能加快癌症免疫疗法专利的授权还有待观察。



关于印发《专利收费减缴办法》 的通知

涑源 / 财政部网站

关于印发《专利收费减缴办法》的通知

财税 [2016]78 号

国家知识产权局，各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、发展改革委、物价局、知识产权局，新疆生产建设兵团财务局、发展改革委：

为贯彻落实国务院《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》（国发〔2015〕71号）有关要求，更好的支持我国专利事业发展，减轻企业和个人专利申请和维护负担，根据《中华人民共和国专利法实施细则》（国务院令第569号）有关规定，我们制定了《专利收费减缴办法》（见附件），现印发给你们，请遵照执行。

附件：《专利收费减缴办法》

财政部 国家发展改革委

2016年7月27日

附件：

专利收费减缴办法

第一条 为贯彻落实国务院《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》（国发〔2015〕71号）要求，根据《中华人民共和国专利法实施细则》有关规定，制定本办法。

第二条 专利申请人或者专利权人可以请求减缴下列专利收费：

- （一）申请费（不包括公布印刷费、申请附加费）；
- （二）发明专利申请实质审查费；
- （三）年费（自授予专利权当年起六年内的年费）；
- （四）复审费。

第三条 专利申请人或者专利权人符合下列条件之一的，可以向国家知识产权局请求减缴上述收费：

- （一）上年度月均收入低于3500元（年4.2万元）的个人；
- （二）上年度企业应纳税所得额低于30万元的企业；
- （三）事业单位、社会团体、非营利性科研机构。

两个或者两个以上的个人或者单位为共同专利申请人或者共有专利权人的，应当分别符合前款规定。

第四条 专利申请人或者专利权人为个人或者单位的，减缴本办法第二条规定收费的85%。

两个或者两个以上的个人或者单位为共同专利申请人或者共有专利权人的，减缴本办法第二条规定收费的70%。

第五条 专利申请人或者专利权人只能请求减缴尚未到期的收费。减缴申请费的请求应当与专利申请

同时提出，减缴其他收费的请求可以与专利申请同时提出，也可以在相关收费缴纳期限届满日两个半月之前提出。未按规定时限提交减缴请求的，不予减缴。

第六条 专利申请人或者专利权人请求减缴专利收费的，应当提交收费减缴请求书及相关证明材料。专利申请人或者专利权人通过专利事务服务系统提交专利收费减缴请求并经审核批准备案的，在一个自然年度内再次请求减缴专利收费，仅需提交收费减缴请求书，无需再提交相关证明材料。

第七条 个人请求减缴专利收费的，应当在收费减缴请求书中如实填写本人上年度收入情况，同时提交所在单位出具的年度收入证明；无固定工作的，提交户籍所在地或者经常居住地县级民政部门或者乡镇人民政府（街道办事处）出具的关于其经济困难情况证明。

企业请求减缴专利收费的，应当在收费减缴请求书中如实填写经济困难情况，同时提交上年度企业所得税年度纳税申报表复印件。在汇算清缴期内，企业提交上上年度企业所得税年度纳税申报表复印件。

事业单位、社会团体、非营利性科研机构请求减缴专利收费的，应当提交法人证明材料复印件。

第八条 国家知识产权局收到收费减缴请求书后，应当进行审查，作出是否批准减缴请求的决定，并通知专利申请人或者专利权人。

第九条 专利收费减缴请求有下列情形之一的，不予批准：

- （一）未使用国家知识产权局制定的收费减缴请求书的；
- （二）收费减缴请求书未签字或者盖章的；
- （三）收费减缴请求不符合本办法第二条或者第三条规定的；
- （四）收费减缴请求的个人或者单位未提供符合本办法第七条规定的证明材料的；
- （五）收费减缴请求书中的专利申请人或者专利权人的姓名或者名称，或者发明创造名称，与专利申请书或者专利登记簿中的相应内容不一致的。

第十条 经国家知识产权局批准的收费减缴请求，专利申请人或者专利权人应当在规定期限内，按照批准后的应缴数额缴纳专利费。收费减缴请求批准后，专利申请人或者专利权人发生变更的，对于尚未缴纳的收费，变更后的专利申请人或者专利权人应当重新提交收费减缴请求。

第十一条 专利收费减缴请求审批决定作出后，国家知识产权局发现该决定存在错误的，应予更正，并将更正决定及时通知专利申请人或者专利权人。

专利申请人或者专利权人在专利收费减缴请求时提供虚假情况或者虚假证明材料的，国家知识产权局应当在查实后撤销减缴专利收费决定，通知专利申请人或者专利权人在指定期限内补缴已经减缴的收费，并取消其自本年度起五年内收费减缴资格，期满未补缴或者补缴额不足的，按缴费不足依法作出相应处理。

专利代理机构或者专利代理人帮助、指使、引诱专利申请人或者专利权人实施上述行为的，依照有关规定进行处理。

第十二条 本办法自2016年9月1日起施行。此前有关规定与本办法不一致的，以本办法为准。

探究专利与创新医疗器械的 密切关系

文 / 刘丹丹

笔者于近日参加了某国际医疗创新论坛，原本只是抱着学习了解的态度，但意外的是，与会的企业领导，药监局官员，医院教授和学者都在纷纷讨论，专利与创新医疗器械的关系。这让作为专利从业人员的我很欣喜，但也看到某些医疗器械从业者对于专利专业知识的缺乏。比如：创新医疗器械审批程序中，为何只能是发明专利？除了获得发明专利权，还有别的方式可以获得创新医疗器械的审批吗？目前通过创新医疗器械审批的企业，专利情况如何？下面我将就这些热点话题，来梳理一下，专利和创新医疗器械的关系。

1、创新医疗器械的审批为何限于发明专利权？

距2014年3月《创新医疗器械特别审批程序（试行）》首次发布，已有两年多的时间，该程序已经成为国内外医疗器械企业创新器械产品申报的一条“绿色通道”，不仅可以使科研创新项目在实施产业化中手续简化，审批周期缩短，还可能会有费用上的优惠。据数据统计，目前已经获得注册批准的“创新产品”中，平均审批周期8个多月，最短的只有两个多月。这足以体现国家对于创新医疗器械的重视和“优待”。

然而，据药监局公布，在目前未通过审批的创新医疗器械的原因中，30%均是因为专利问题。在《创新医疗器械特别审批程序》中，第二条第一款规定：（一）申请人经过其主导的技术创新活动，在中国依法拥有产品核心技术发明专利权，或者依法通过受让取得在中国发明专利权或其使用权；或者核心技术发明专利的申请已由国务院专利行政部门公开。

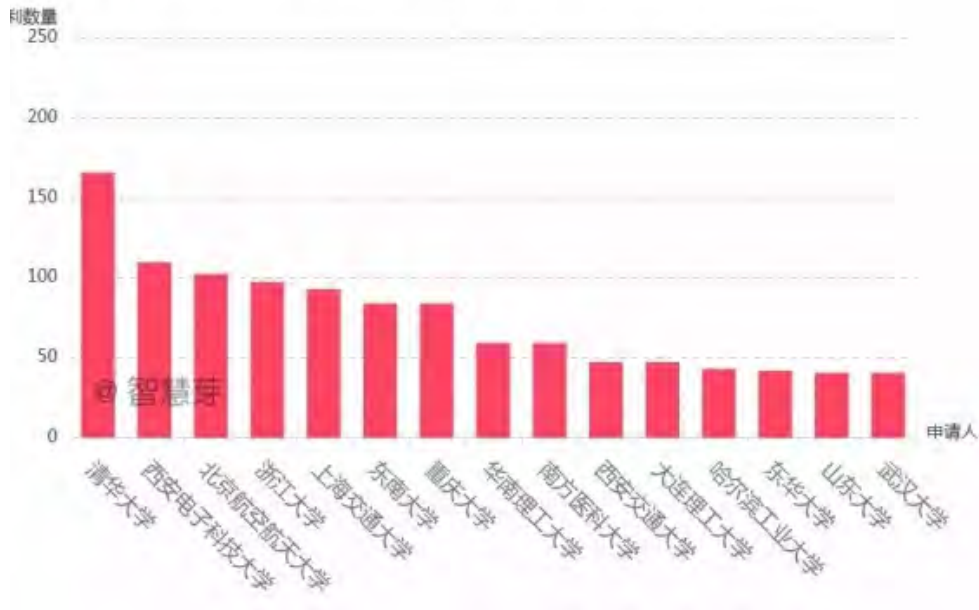
在这里，药监局规定了发明专利权，而没有将实用新型和外观设计专利权纳入，主要是因为实用新型和外观设计只经过初步审查，通过后即可授予专利权；由于不像发明专利那样经过实质审查，这两种类型的专利质量一直饱受诟病。从提高创新医疗器械的技术高度的角度考虑，药监局规定了申请人需要拥有发明专利权。但这样的门槛是不是有点太高了呢？毕竟发明专利从申请到授权，一般需要花费两三年的时间，而且也可能在实质审查时，无法通过而不能授权。所以，药监局还指明了另外两条大路。

2、除了获得发明专利权，还有别的方式可以获得创新医疗器械的审批吗？

在规定中还提到了其他两种方式，一种是申请人不用等到发明授权，只要发明专利申请公开后，就可以凭借公开通知书或进入实质审查通知书办理注册。另一种是针对一些企业没有相关专利储备的情况下，还可以通过购买或许可，获得他人的专利权或专利使用权。这个规定也彰显了政府的良苦用心，不仅可以促进了企业之间的交流合作，还将激活拥有专利权但却苦于无法转化的大学申请人的积极性，让更多的医疗器械企业，可以将大学的科研成果运用起来。

以“计算机断层扫描技术（CT, Computed Tomography）”为例，在智慧芽全球专利数据库中进行检索，可以发现，在国内大学中，拥有“计算机断层扫描技术”发明专利权或专利申请权的数量不在少数，全国60多家高校拥有三千多件相关专利权，不乏如清华大学、西安电子科大、北京航空航天大学等知名院校。如果有相关企业想进行CT技术的创新医疗器械生产研发，完全可以根据这些大学的专利具体情况，选择适合的合作高校，共同推进创新成果的商业化。

IT 技术国内高校发明专利申请人排名



数据来源：智慧芽全球专利数据库

以武汉大学的一件专利《H1N1、PRRSV、CSFV 四重检测试剂盒》为例，2014 年 4 月授权时的专利权人是武汉大学，但是，在 2014 年 8 月时，该件专利的专利权人已经是武汉万德瑞生物技术有限公司。而后，在 2015 年 6 月，武汉万德瑞生物科技公司又将该专利独占许可给了武汉光谷新药孵化公共服务平台有限公司。这个产品通过专利转让，从高校实验室进入企业手中，顺利开展商业产业化运用。

专利名称	H1N1、PRRSV、CSFV四重检测试剂盒		
价值评估 (USD)	\$ 35,000		
公开(公告)号	CN102816865B	公开(公告)日	2014-04-02
申请号	CN201110336931.5	申请日	2011-10-31
[标]申请(专利权)人	WUHAN UNIVERSITY		
申请(专利权)人	武汉大学 430072 湖北省武汉市武昌区珞珈山武汉大学		
当前申请(专利权)人	武汉万德瑞生物技术有限公司 湖北省武汉市东湖开发区高新大道666号武汉国家生物产业基地项目B1栋		

2015-06-24	
法律状态	专利实施许可合同备案的生效、变更及注销
法律状态信息	专利实施许可合同备案的生效
附加信息	IPC(主分类):C12Q 1/70 合同备案号:2015420000057 让与人:武汉万德瑞生物技术有限公司 受让人:武汉光谷新药孵化公共服务平台有限公司 发明名称:H1N1、PRRSV、CSFV四重检测试剂盒 申请日:20111031 申请公布日:20121212 授权公告日:20140402 许可种类:独占许可 备案日期:20150427

数据来源：智慧芽全球专利数据库

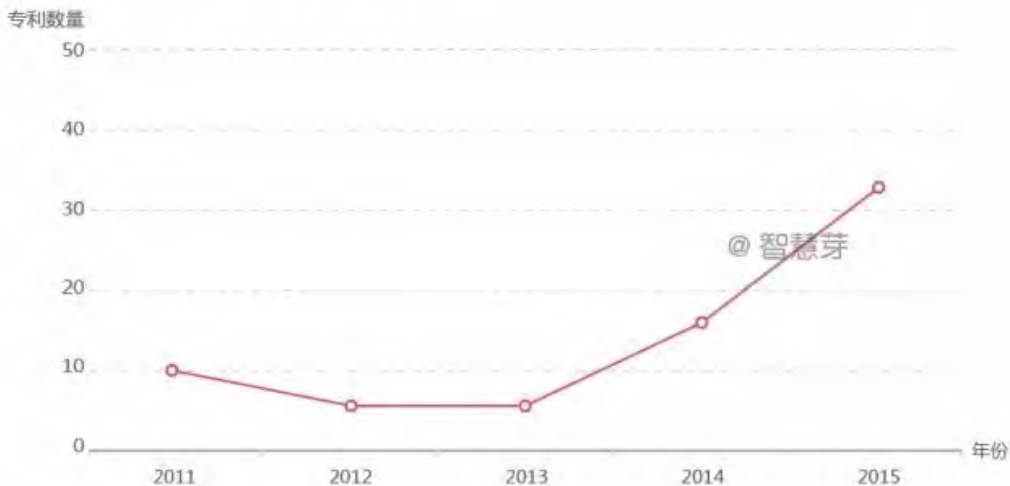
3、目前通过创新医疗器械审批的企业，专利情况如何？

截至到 2016 年 7 月，通过创新医疗器械审批的公司数量有 70 多家，这些公司的专利情况究竟怎么样呢？我们选取北京品驰医疗设备有限公司作为国内企业的代表。北京品驰医疗设备有限公司是一家专业从事脑起搏器等系列化神经调控产品研发、生产和销售的高新技术企业。“迷走神经刺激系统”是北京品驰的创新产品，已经在 2016.5.16 获得批准，而评审周期只有短短五个多月的时间。“骶神经刺激系统”也在 6 月份进入创新产品的特别审批程序，距获得批准也是指日可待。北京品驰在创新医疗器械的研发和生产上一路高歌猛进，与他们对自主研发的重视是密不可分。从他们的专利申请情况就可看出一二。

在全球专利数据库中进行检索发现，品驰公司从 2011 年 1 月开始申请第一件专利，专利申请量在几年中稳定增长，到 2016 年 7 月申请的专利数量达到 71 件，其中发明申请和发明授权共有 37 件，而且有个特点是，该企业的专利几乎都是和清华大学共同申请的，可以看作是“产学研医”合作的典范。北京品驰在神经刺激系统相关的技术上布局了十几件发明专利，这也就不难理解为何能在创新医疗器械的生产上如此顺利。

专利类型	专利号	申请日	标题	申请(专利权)人	发明人
发明专利	CN105375986A	2015-08-03	具有多闭环温度控制和保护功能的经皮无创充电装置	北京品驰医疗设备有限公司 清华大学	张公良 姜福人
发明专利	CN205066188U	2015-09-18	植入式神经电刺激电极组件及其电级导线	清华大学 北京品驰医疗设备有限公司	许斌 姜福 文成佳 +2
发明专利	CN102921105B	2012-07-13	体外用测试刺激器	北京品驰医疗设备有限公司 清华大学	马伯志 钱星 魏红佳 +1
发明专利	CN204067272U	2014-09-18	一种带自锁功能的电缆连接结构	北京品驰医疗设备有限公司 清华大学	王彪 马伯志 刘五星 +3
发明专利	CN204219610U	2014-10-29	植入式医疗器械的音频监控系统	北京品驰医疗设备有限公司 清华大学	周懿浩 陈浩 崔春华 +1
发明专利	CN104740765A	2015-01-31	一种植入式医疗系统	北京品驰医疗设备有限公司 清华大学	马伯志 魏红佳 李洪制 +2

北京品驰专利申请趋势



数据来源：智慧芽全球专利数据库

北京品驰在脑起搏器研发上的优异表现，实际上已经挑战了行业巨头美敦力 Medtronic 的市场。虽然目前品驰公司的产品总手术量上还是较低，但是增长速度却超过美敦力。根据相关数据，美敦力脑起搏器手术量目前一年增长有 1000 多例，而品驰公司的脑起搏器半年时间就能增加 1000 例。比较凑巧的是，在创新医疗器械的审批通过名单中，Medtronic 美敦力公司“经导管植入式无导线起搏系统”也已被认定为创新产品。

在智慧芽全球专利数据库中进行检索，可以发现美敦力公司在中国的专利共有五百多件。经过智慧芽 3D 专利地图的分析可以发现，美敦力公司在中国的专利布局十分广泛，覆盖了监测传感器、冷却消融导管、心脏瓣膜、药物支架、心脏起搏器和大脑起搏器等多种产品和疗法。其中，与起搏系统相关的专利多达 150 多件，全部为发明专利，也从侧面反映出了美敦力在全球起搏技术领导者的地位。



注：上图为智慧芽 3D 地图。图中山峰代表专利技术密集区，海洋代表专利技术空白区。颜色较深代表专利较多，为技术红海区，竞争程度越强烈；颜色较浅代表专利数量少，为技术蓝海区，存在技术空白点或难点。

总结：国内医疗器械企业的创新之策

多年来，我国医疗器械主要集中在中低端市场，创新能力也远远落后于国外。目前，随着我国经济和社会的高速发展，医械市场竞争也主要集中在了中高端医疗器械市场，而中高端市场的核心竞争力就是技术上的创新。国家出台各种政策，鼓励企业进行自主研发和创新，更希望企业通过专利把研发成果固化，形成更强的市场竞争力。

虽然，目前已经有 70 多家企业通过了创新医疗器械的审批，但这和我国为数众多的医疗器械企业总数相比，只是属于“个别现象”。国内企业如北京品驰公司成立之初，就借助清华大学的科研优势，通过不断投入研发力量，并用专利予以创新成果的保护，才能在由国外大公司主导的行业中，占据一席之地。

国内医械企业应该抓住目前的政策红利，积极寻求产业转型和升级，不仅在企业内部进行自主研发，还应该主动和高校及科研院校合作，努力探索出一条健康可持续的“产学研医”的发展道路。而也只有这样，才能在日益激烈的竞争中，处于不败之地。

未来3到5年石墨烯行业 将开打专利战?

来源 / 科技日报

一年前，英国曼彻斯特大学国家石墨烯研究院发布首个商业化应用产品，却因知识产权有可能归属海外而遭到国会质疑。不久，研究院成立了一家公司，专门用于保护其产品不被侵权。

有多位业内人士断言，未来3到5年，石墨烯专利诉讼如同没有硝烟的战争会时常发生。这主要是因为，很多企业的国际专利布局意识薄弱，不懂如何运用这把“利器”自我保护。那么，石墨烯行业如何开展全球专利布局，以免未来陷入纷争呢？

全球石墨烯专利格局初现端倪

石墨烯产业经历2010年以前的婴儿期，目前正处于发展成长的初期阶段，可谓恰逢全球专利布局的战略机遇期。

据中科院宁波材料技术与工程研究所近期发布的《2015石墨烯技术专利分析报告》（简称《报告》）显示，中国处于石墨烯技术原创国之首，专利受理数量世界领先，占据46%的份额；韩国、美国、日本紧随其后，但专利申请数量有较大差距。尽管如此，这三个国家都在积极进行全球布局，向海外申请的专利最多。

各国专利布局主要分两种情

况：一是重视本土专利申请，但国外专利技术布局相对薄弱。如中国虽专利申请体量大，但在日本、韩国和美国仅有少量专利申请。二是既重视本土，也瞄准海外市场。如美国境内半数的专利申请来自海外，其中以日、韩居多；美国在日、韩申请的专利也不少，分别达22%和9.3%。

一般来说，企业技术研发更贴近市场，从技术专利到市场商品的转化会比较快；而高校和科研院所的技术研发大都偏重于前沿探索，与市场需求相对较远。据《报告》统计，全球专利申请数量排名前35的机构中，中国仅有1家企业上榜，其余都是高校和科研院所；而美国和韩国企业在专利申请数量较多的机构中占比较大。此外，韩国三星公司在美国的专利申请数量排名第一，而中国仅清华大学和鸿海精密工业股份有限公司在美国有较多专利申请。

专利布局有利提升国际竞争力

“假如某企业在做一项石墨烯技术研究，若事先不了解国外早有人发表过相关论文或申请过相关专利，弄不好会白忙一场；这家企业如有新产品欲销往海外，未得到全球认证也会在国际市场上受限。因

此，一个国家的专利布局没做好，会使很多企业信息闭塞、处处被动。在国际上，专利布局是保护一个国家产业的利器。”鹰鹏集团技术主管曾为霖博士对科技日报记者说。

谈到石墨烯国际专利布局的好处，中科院宁波材料技术与工程研究所研究员刘兆平博士表示：“此举一方面可提高石墨烯企业的国际竞争力，助推其抢占相关领域的技术制高点，进而获取更高的利润；另一方面，技术标准的竞争已成为现今市场竞争的新趋势，而国际专利布局能够为各国企业参与制定国际标准提供坚实的技术基础。”

“打铁还需自身硬”。针对目前我国专利质量总体不高和基础核心专利数量较少的现状，原科技部知识产权事务中心主任杨林村在接受记者采访时建议：首先，高校作为石墨烯研发的主体，要加强与企业的合作，共同研发市场急需的产品，而企业在资金支持方面要有耐心；其次，政府的持续投入不可或缺，特别是在前期研发和关键培育扶持阶段；第三，技术创新也可采取逆向思维，如以设定研制超强石油钻头或航空发动机耐高温材料为目标，围绕石墨烯耐磨、高强度等特点，搭建全技术链条，从实验室

到产品一条龙做到底，最终形成产品，在此过程中依托技术发明和市场竞争安排专利申请。

中国如何发力立于不败之地

关于石墨烯企业的海外专利布局，曾为霖表示，中国已召开多届世界瞩目的国际石墨烯创新大会，吸引了各国业内人士的参与。这是一个很好的方式和平台，由此可以发现最新的专利动态，了解各国研究方向，弄清自己的产品在海外的状况，并让其在海外得到保护。专利是一种保护，也是一种应用。通过搭建平台，既可以把国外好的专利引进来，又能把国内好的专利技术推出去，使国内外的石墨烯专利实现对接，甚至形成专利共享。

刘兆平指出，专利纷争是一种

市场行为，有市场利益的地方就会有专利纷争。例如，目前石墨烯薄膜技术（可应用于电子技术领域）的专利主要流向美国、日本和韩国，如果未来这三国组建专利联盟并抢占标准制高点，将对我国非常不利。而将来我国产品走向海外，也不可避免会面临专利纠纷。因此，我国企业不仅要积极组建专利联盟，制定自身的技术标准体系，还需加强国际专利布局，在产业化中尽可能与国外公司形成技术交叉许可局面。

刘兆平强调，石墨烯企业一方面要研究最新国际技术动态和市场情况，跟踪国际竞争对手的技术研发方向；另一方面，要扎实做好技术开发并积极参与标准制定，做好

情报信息分析和技术储备工作。政府部门应从政策上加强引导，支持石墨烯领域各相关单位建立协作机制和产学研联盟；此外，还应设立专项基金，加强石墨烯技术的国际知识产权研究，为我国企业制定国际专利布局策略提供支持。

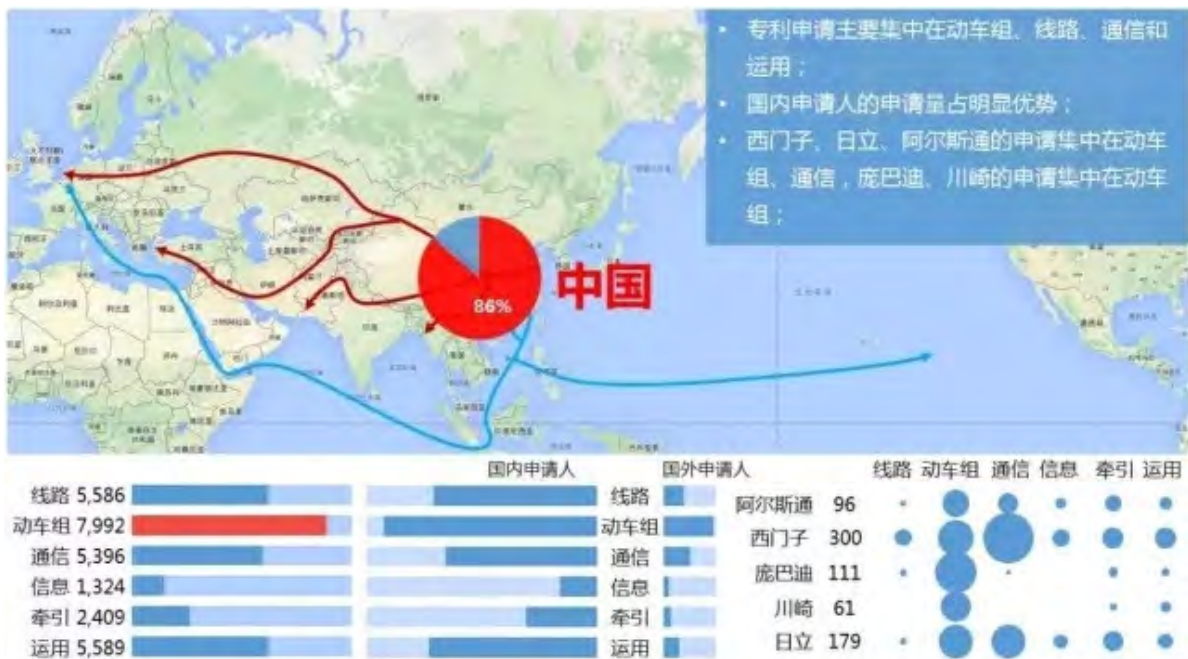
高铁技术

来源：中国知识产权网综合整理

近年来，我国高铁技术发展迅速，已经步入了世界先进行列，成为世界上高铁发展速度最快、运营里程最长、在建规模最大的国家。截至 2015 年底，我国自主知识产权的高速铁路运营总里程达 1.9 万公里，位居世界第一。

围绕国家“一带一路”和“走出去”战略的实施，我国高铁行业在知识产权领域，无论是在国内还是出口目标国均面临前所未有的机遇与挑战。基于我国高铁行业目前的发展需求，国家知识产权局专利分析普及推广项目高铁技术课题组对中国专利总体情况进行了深入分析。

如图所示，高铁技术在中国的相关专利申请共计 28296 件，其中，各技术分支申请量从大到小依次为动车组 7992 件，运用维修 5589 件，线路工程 5586 件，通信信号 5396 件，牵引供电 2409 件，信息系统 1324 件。



中国高铁专利申请现状

在中国专利申请中，中国籍申请人的专利申请量占有明显优势，占总申请量的 86.2%，具体到各技术分支分别为线路工程 88.8%，动车组 80.9%，通信信号 84.8%，信息系统 85.6%，牵引供电 90%，运用维修 91.2%。

国外主要高铁企业在中国也申请了一定数量的专利。其中西门子申请量为 300 件，有效量为 97 件，主要集中在通信信号技术和动车组技术；日立申请量为 179 件，有效量为 87 件，主要集中在动车组技术和通信信号技术；庞巴迪申请量为 111 件，有效量为 76 件，主要集中在动车组技术；阿尔斯通申请量为 96 件，有效量为 54 件，主要集中在动车组技术和通信信号技术；川崎申请量为 61 件，有效量为 16 件，主要集中在动车组技术。

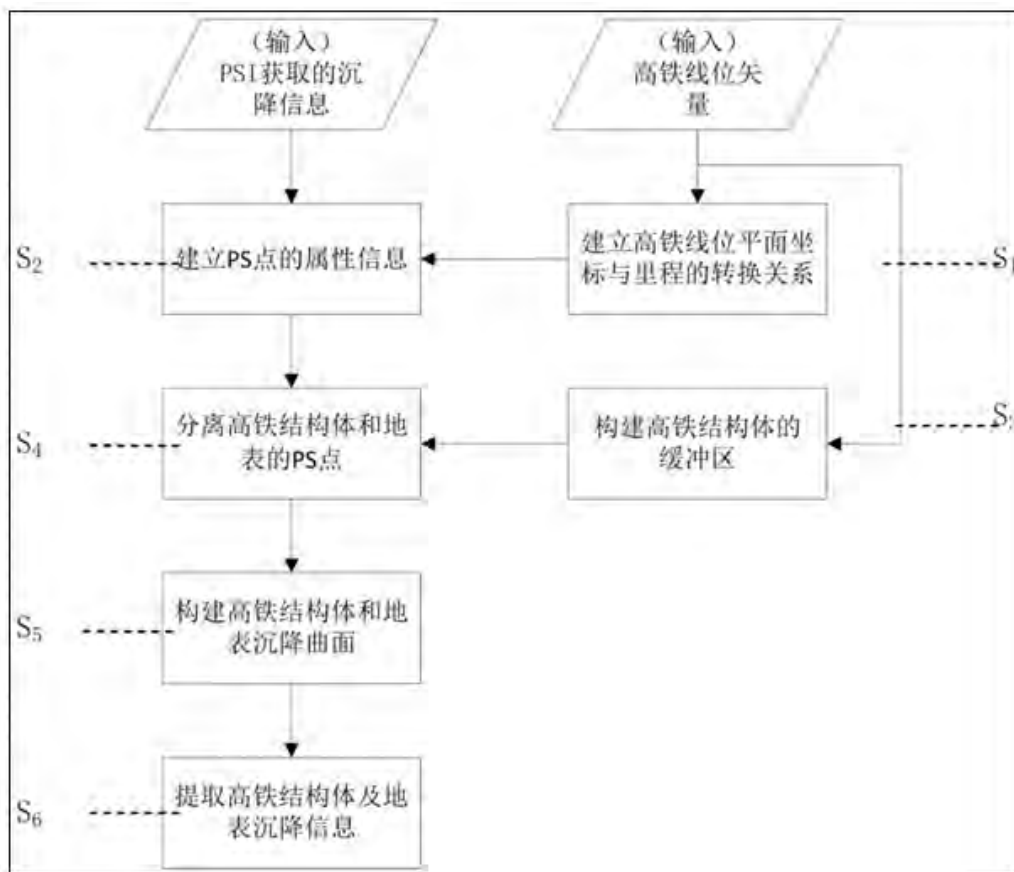
高铁是一个包含多方面技术在内的系统工程，“我们研发了高速铁路无砟轨道、路基、桥梁等基础设施监测方法的一系列专利，构建了基础设施运用状态全信息监测技术体系，为高速铁路基础设施运用状态监测和适应性验证及运营维护提供了技术支撑。”石家庄铁道大学有关负责人介绍。事实上，在轨道铺设上，中国高铁在世界先进的无砟轨道施工与监测技术上进行了自主创新，轨道铺设精度误差控制在 1 毫米，创造了世界铁路技术史上的新记录。

专利示例

一种高速铁路 PSI 沉降监测信息提取方法

申请（专利）号：CN201410586910.2

法律状态：授权



摘要:

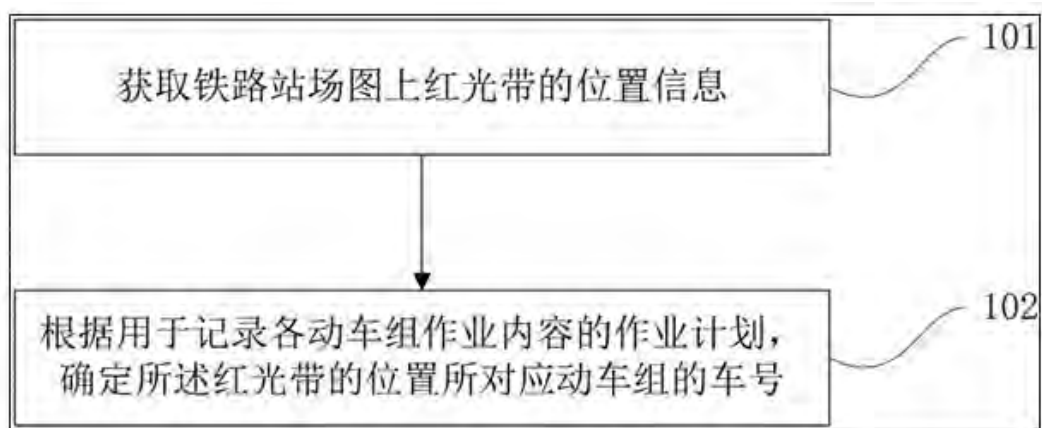
本发明公开了一种高速铁路 PSI 沉降监测信息提取方法，通过对高铁过境区域的 PSI 沉降监测结果进行线上线下载体分离，采用狄洛尼不规则三角网技术分别构建高铁结构体与地表区域的沉降曲面，通过后续数据处理得到高铁结构体及过境区域地表任意里程段的沉降信息。具体步骤包括：建立高铁线位平面坐标与线路里程的转换关系，建立 PS 点的属性信息，构建高铁结构体的缓冲区，利用缓冲区分离高铁结构体和地表的 PS 点，构建高铁结构体和地表沉降曲面，提取高铁结构体及地表沉降信息。本发明相对于目前国内外常采用的

整体区域沉降评价方法，降低了粗差出现的概率，提高了高铁结构体沉降监测信息提取精度，改善了沉降信息的提取与查询效率。

一种高铁 CRTS II 型板式无砟轨道轨道板离缝整治方法

申请（专利）号：CN201410201783.X

法律状态：授权



摘要：

本发明公开了一种高铁 CRTS II 型板式无砟轨道轨道板离缝整治方法，其特征是：确定处理条件为：轨道板因单侧离缝或横向贯通离缝呈现为离缝轨道板，离缝轨道板的上拱量不小于 2mm，以离缝轨道板为中心轨道板，设定在所述中心轨道板的对称的两侧各有七块轨道板为锚固轨道板，离缝轨道板相邻的为第一轨道板，自第一轨道板起朝向两侧依次为第二至第七轨道板；对于第二至第七轨道板实施植筋锚固；然后凿除离缝轨道板与第一轨道板之间的宽接缝混凝土实现宽接缝解锁，以消除离缝，再重新浇筑宽接缝混凝土；最后对两侧第一轨道板实施植筋锚固。本发明方法能有效消除离缝，为高铁的运行提供的安全保障；本发明方法施工组织与操作方便快捷。

一种动车组车列实时追踪方法

申请（专利）号：CN201210548962.1

法律状态：授权

摘要：

本发明公开了一种动车组车列实时追踪的方法，该方法包括：获取用于表示车站线路关系的铁路站场图上红光带的位置信息；其中，所述红光带表示该区域已被动车组占用；将所述红光带的位置与该位置当前的作业计划进行匹配，若匹配成功，则执行该作业计划的动车组车号为所述红光带对应的动车组车号；通过该红光带在铁路站场图上的运动轨迹反映该动车组在车站中的运动轨迹。当确定动车组的车号后，可将该车号与该动车组对应的红光带进行绑定；根据该红光带的位置获取该动车组作业计划的执行进度。通过采用本发明公开的追踪方法，动车组车列追踪准确率高，并且减少了对外界系统的依赖，确保系统的可靠性。

以上专利信息来自于专利信息服务平台，感兴趣的读者可登录作进一步信息挖掘。

“轨道交通产业国际竞争十分激烈，不迎头赶上就有可能再次落伍。”王梦恕表示，截至目前，我国铁路总体密度仍低于发达国家，路网布局不完善，尤其是中西部铁路发展不足，高铁运营里程远未满足经济社会发展需求。建设布局科学、密度合理、水平适应经济发展的铁路网特别是高速铁路网，既是稳增长、调结构之举，也是一举多得的利当前、惠长远的重大举措。

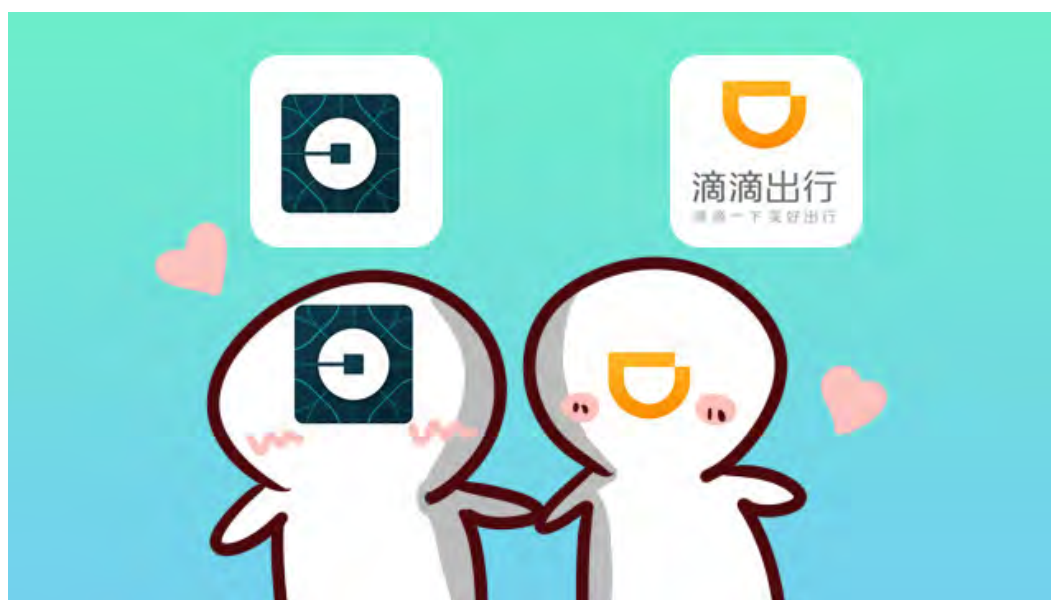
从你死我活到一家亲， 探寻滴滴 Uber 背后的专利秘密（上）

文 / 陈子豪



前情回顾

上周，滴滴收购优步中国的传闻陆续传出。昨天，这一消息被官方证实。滴滴出行昨天宣布将收购优步中国在中国大陆的全部资产，包括品牌、业务、数据等。同时，优步中国将成为滴滴最大股东，持有合并后公司 20% 股权。



戏剧化“自打脸”的 8/1 号

早上：疑似 Uber 创始人兼 CEO 的个人博客公开信在网络中传播，内容为滴滴出行将收购优步中国；

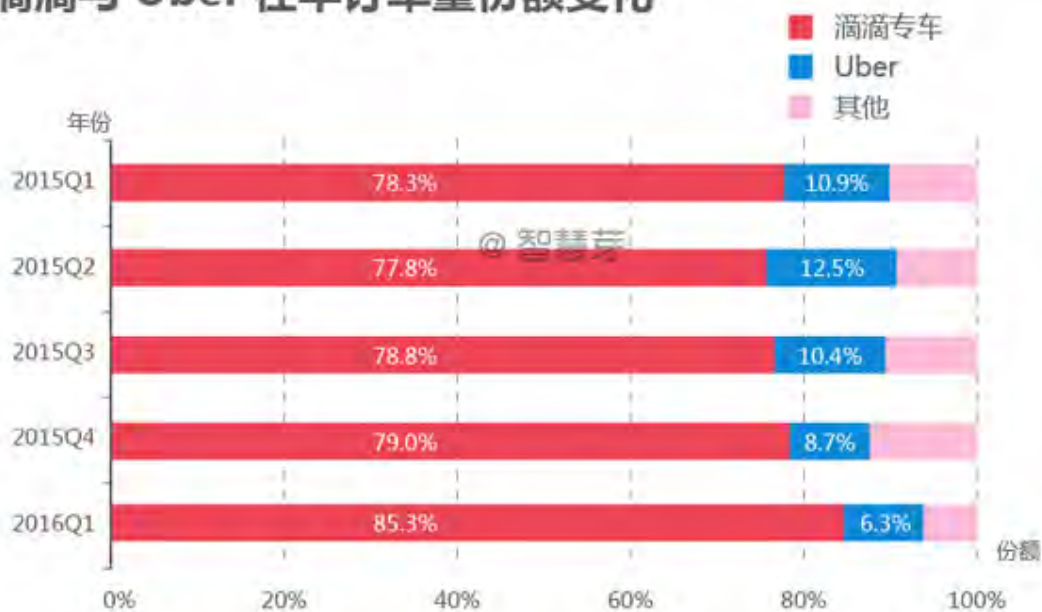
中午：滴滴出行高级副总及优步中国公关人员均对谣传的博客内容进行了否定；

下午：滴滴出行宣布与 Uber 全球达成战略协议……

滴滴和 Uber 中国成为一家后，易到成功变成市场第二了，恭喜易到的同学们。

双方合并是否涉及垄断？

滴滴与 Uber 在华订单量份额变化



据第三方数据研究机构中国 IT 研究中心近日发布的《2016 年 Q1 中国专车市场研究报告》显示，一季度专车市场整体保持了高速增长，其中滴滴专车以 85.3% 的订单市场份额居行业之首，Uber、易到用车及神州专车则分别以 6.3%、3.3% 和 2.9% 位列第二、三、四位。

当前中国专车市场中滴滴出行、优步中国的活跃用户覆盖率分别占据前两名位置。随着滴滴出行收购优步中国后，专车市场格局将迎来较大变化，寡头化进一步提升，市场竞争将进入新的阶段。对于其他专车厂商而言，竞争压力将进一步增大，并倒逼竞品企业加快产品和服务创新以增加用户体量和提升现有活跃用户黏性。

当年滴滴和快的进行合并时，易到选择了向商务部、国家发改委举报其严重违反中国《垄断法》，不过最终不了了之。

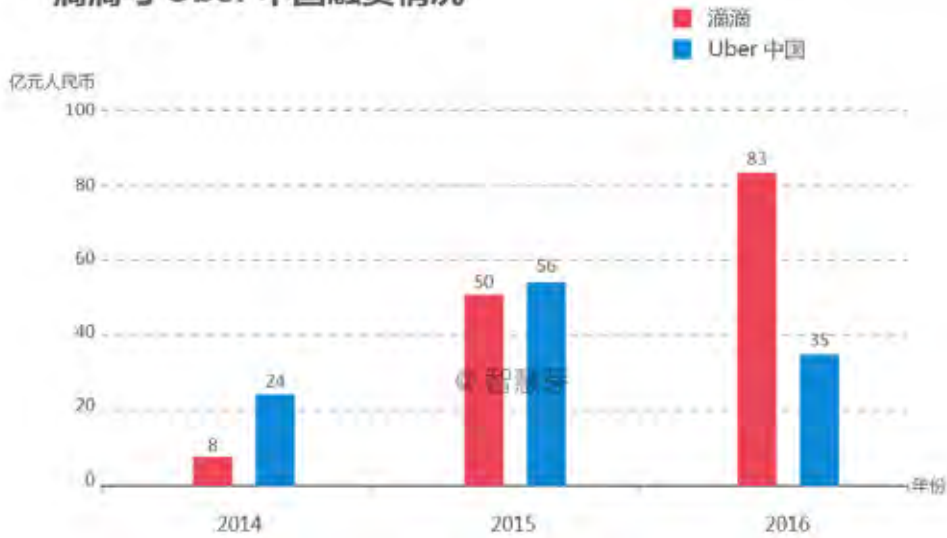
那么现在易到和神州是否会选择一同发起举报，还是“抱团取暖”也进行合并呢？这值得被进一步关注。

快讯——商务部发言人沈丹阳 8 月 2 日表示，“商务部目前尚未收到滴滴和优步中国相关交易的经营者集中申报。按反垄断法规定申报条件和国务院关于经营者集中申报标准的规定，经营者都应事先向商务部申报，未申报的不得实施兼并。”

滴滴恐是最大赢家？

传言 Uber 创始人 TravisKalanick 在最初面对合并的方案时曾激烈反对，但最终不得不向投资人妥协，因此这次合并可以看做优步为了保全球业务而向资本市场妥协，也是滴滴在资本市场的又一次获胜。

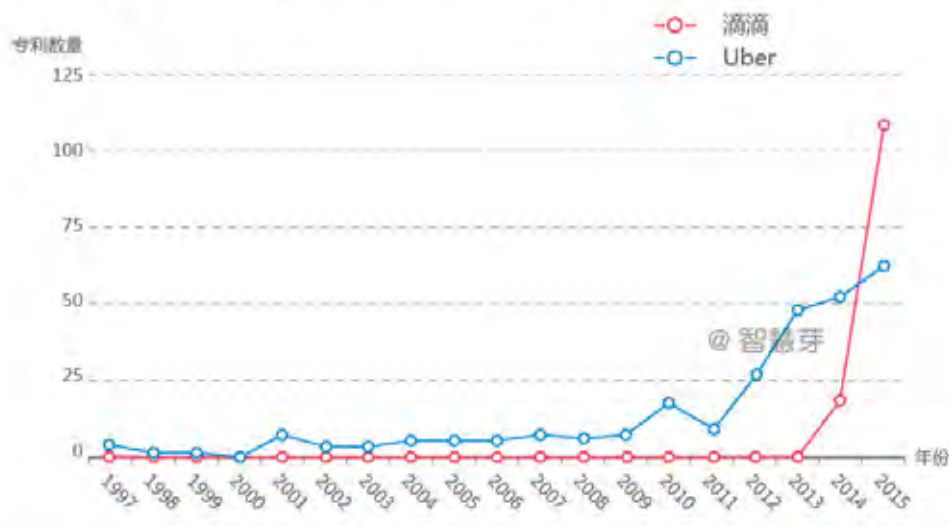
滴滴与 Uber 中国融资情况



来源：智慧芽全球专利数据库

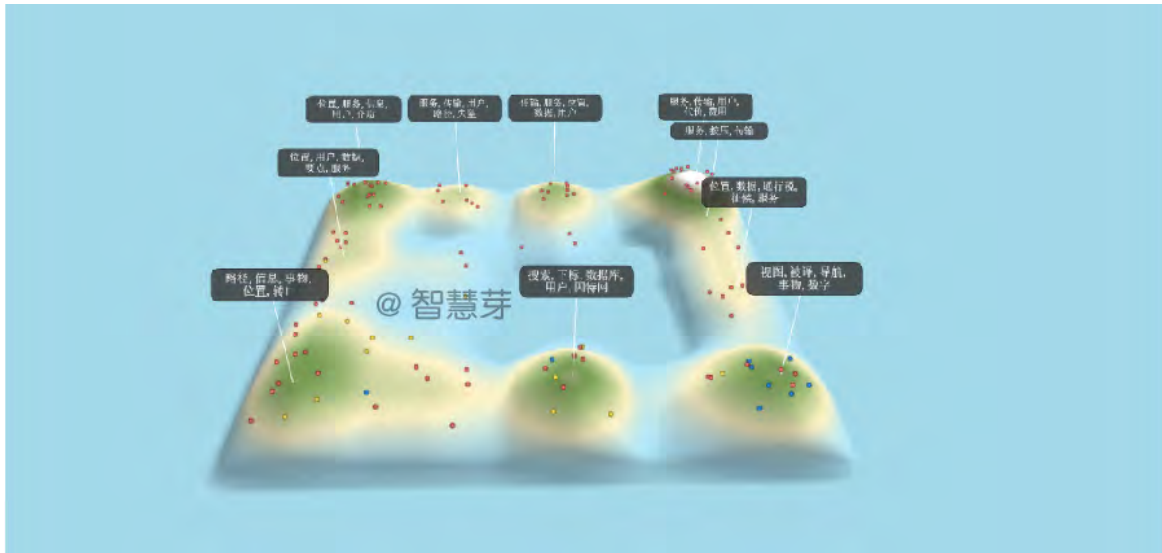
滴滴资本市场中融资的表现优异，从优步的三分一到完成超越只用了不到 3 年。在资本大战中胜利的滴滴在合并中赢到的可不只是这么简单，这次合并包括优步中国品牌、业务、数据等。同时，优步中国将成为滴滴最大股东，持合并后公司 20% 股权。

滴滴与 Uber 专利申请人申请趋势



来源：智慧芽全球专利数据库

智慧芽已多次关注滴滴与优步间的专利技术实力，我们曾将优步比作技术狂，而滴滴则在奋起直追。



注：上图为智慧芽 3D 地图，这是目前全球唯一一家 3D 专利地图，图中山峰代表专利技术密集区，海洋代表专利技术空白区。颜色较深代表专利较多，为技术红海区，竞争程度越强烈；颜色较浅代表专利数量少，为技术蓝海区，存在技术空白点或难点。

Uber 的专利申请主要集中在动态地理搜索、精确定位、智能服务系统、定位按需服务、屏幕显示、收费系统以及数据处理等领域，覆盖了互联网打车业务的许多环节。其还通过收购地图与搜索公司 decarta 来增强云计算和地图大数据方面的技术储备，减少对 Google 地图的依赖。此外，Uber 还从微软处购买来三维图像的加工、光线追踪、图像识别等方面相关技术专利以布局无人驾驶等未来技术热点。



反观，滴滴在经历 2014 年“专利大爆炸”后专利数几乎从无到破百，其主要申请涉及到了订单分配、运力调度、地图定位、车辆监控和定价支付等，可谓遍布移动出行的整个技术领域。大数据时代的滴滴出发点非常的实际，专利以其主营业务相结合，但为未来的技术热点储备有些不足。

1-10 项专利，共 10 项专利

序	公开(公告)号	标题	申请(专利权)人	发明人	申请日	公开(公告)日
1	CN104885533A	用于提供按需服务的动态供应定位的系统和方法	优步科技公司	H.H.基 丁.C.卡拉尼克 吕.王	2013-06-27	2015-06-03
2	CN104812654A	给交通对象的位置信息动态地提供给计算装置	优步科技公司	P.P.霍尔登 基.斯威尼	2013-10-24	2015-07-29
3	CN104827435A	通过使用便携式计算装置提供按需服务	优步科技公司	基.斯威尼 基.拉达克里希南 P.P.霍尔登	2013-11-01	2015-08-05
4	CN105164589A	用于机器人的任务感知控制的方法、系统和设备	优步科技公司	C.C.恩斯特法德 D.L.斯特罗瑟 D.A.拉罗斯	2014-03-14	2015-12-16
5	CN202649773S	应用程序设置	优步科技公司	特伦斯·斯科尼克 基.斯威尼 基.斯威尼	2015-05-13	2016-04-20
6	CN105518739A	用于分时段按需服务的系统和方法	优步科技公司	基.斯威尼	2014-09-23	2016-04-20
7	CN202647680S	具有运输需求预测和用户界面的计算设备	优步科技公司	J.S.德拉西恩 L.R.卡尔文恩 M.A.E.约克	2015-05-07	2016-04-20
8	CN105210119A	通过计算装置提供的信息数据来指示通行费的路线	优步科技公司	K.M.诺瓦克	2014-03-12	2015-12-30
9	CN105814453A	使用计算装置提供的信息数据来指示位置信息	优步科技公司	P.P.霍尔登 基.斯威尼 J.拉罗斯	2014-10-03	2016-07-27
10	CN105793730A	对象运动的基于数据量化的分类	优步科技公司	A.M.诺瓦克	2014-06-11	2016-07-20

来源：智慧芽全球专利数据库

然后这一切通过合并都有可能改变，合并后滴滴自然可以使用优步中国在中国境内申请的相关专利。另一方面优步中国成为了滴滴最大的股东，滴滴的未来营收也将反应在优步的财务中，因此两者在未来很有可能进行相关的专利相互授权，来增进彼此的技术实力。

这么一想，通过合并，滴滴好像“大赚”啊！

后记

从谣言到现实，滴滴和优步中国终于走到了一起。尽管两者的结合更多是资本市场主导的行为，但是作为一名 IP 从业人员的笔者还想最后呼吁一下：

那啥，你们合并归合并，但是优惠千万别归零啊！

品源赴克罗地亚参加第 35 届欧洲商标协会 (ECTA) 年会

欧洲商标协会 (ECTA) 第 35 届年会于当地时间 2016 年 6 月 22 日至 25 日在克罗地亚海滨城市杜布罗夫尼克举行, 品源知识产权集团合伙人李广洁老师应邀参与本次盛会, 并与来自欧盟及世界其他国家和地区的近千名企业商标主管、知识产权律师及商标代理人等进行广泛交流。

品源作为欧盟以外地区的知识产权公司积极参与该协会的活动, 并连续多年参加该协会的年会、研讨会等各种活动和议程。通过参与和交流, 品源不断巩固和深化与欧盟各国律师间的合作, 加深了对欧盟商标、外观等知识产权法律法规及实践的了解, 进而能够为国内申请人在欧盟的知识产权申请和保护提供更专业、更经济和更有效的解决途径。鉴于今年上半年欧盟商标法法规及实践的几项重大变革, 因此参加该协会今年年会以了解最新的相关变革情况的必要性更加凸显出来。

通过此次参会加强与世界各国知识产权界同仁的沟通与交流, 探讨当前热点话题和商标发展趋势, 寻求广泛的合作, 同时也向在场代表分享了品源集团近年来在国内商标行业及境外商标注册取得的一些成绩和经验, 并与各国代表建立了广泛友好的业务联系。

品源被评为全国知识产权 服务品牌培育机构

为贯彻落实《关于加快培育和发展知识产权服务业的指导意见》, 打造知识产权服务品牌, 根据《全国知识产权服务品牌机构培育管理办法》(国知发办规字〔2012〕83 号), 国家知识产权局开展了知识产权服务品牌机构培育工作。通过服务机构自主申报、各省(区、市)知识产权局推荐、专家评审, 经国家知识产权局批准, 确定了第三批全国知识产权服务品牌培育机构名单。

北京品源专利代理有限公司被评为全国知识产权服务品牌培育机构。

我们将结合本地区实际情况, 认真完成培育期间各项工作。今后我们将不断地努力扩展市场, 提升服务的专业性, 积极创新服务新模式, 继续秉承着“信赖意味着责任”的宗旨服务于广大客户。

印象野三坡—品源 2016 夏季旅游

捧一杯香茗，
闲看拒马河东去，
碧水悠悠仿佛能淘尽心中烦闷，
河水清浅能映出湛蓝的天、洁白的云，
幸运的话还能看到野三坡的精灵们，
黑鹤在水中嬉戏，
生活的压力，都市的繁杂，
在这一刻飘然远去，
只留下这洗涤人心的静谧。

盛夏七月，万物丰茂，百果飘香，品源小伙伴们如同盛夏的季节一样满怀热情，正式开启了 2016 年品源夏季旅行！一路上欢声笑语，风光秀美，山峦渐现不断，穿过层层隧道，我们到达了目的地—野三坡！

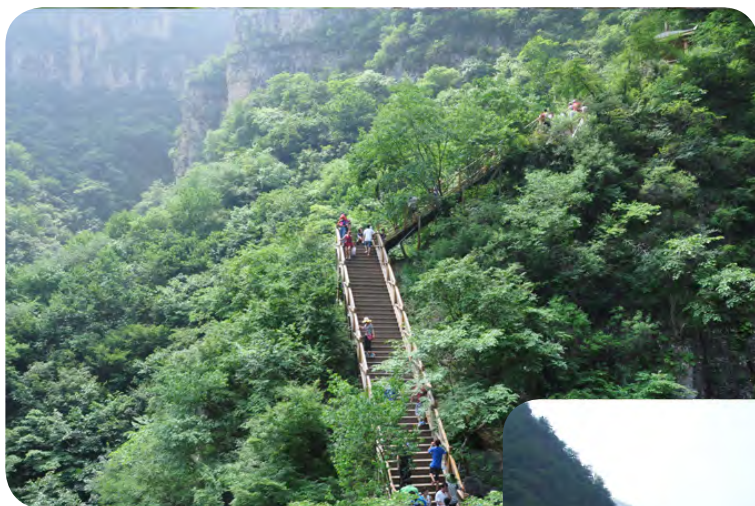
一番休整后，我们到达“老 A 兵团”战地，通过抽签分组，品源必备项目“真人 cs 对抗赛”拉开了战局。战士们毫不畏惧，无论男生女生都会成为思维敏捷、行动迅速的狙击手。各队队长指导着各队的战术，两场战役之后大家的兴奋与刺激溢于言表。午饭后我们接着来到北京周边最具特色、最长的拒马河最长的漂流，小伙伴们无所畏惧、拿着早早准备好的水枪、水瓢跃跃欲试！小伙伴们坐在皮艇上欢畅淋漓，激越飞扬、迎来一场水上大战！

傍晚返回酒店，下午的运动量此时都已转化为食量。饭后小伙伴们观看了野三坡悠久历史及厚重文化为主线的大型舞蹈史画《印象野三坡》。从洪荒年代到烽火抗战，从智人，黄帝到祖述，祖冲之，每一个剧幕都极尽震撼。舞台艳丽，宛若龙宫，灯光如水，冰润照人。游人置身于这种声与光的世界里，陶醉万分，与舞台完全融为一体。

第二天清晨，驱车赶往本次活动的重要景点——百里峡，久仰“天下第一峡”的美名，小伙伴们整理好行装，带好饮水干粮，摩拳擦掌，跃跃欲试。百里峡栈道相对高度 270 米，全长 1200 米，上下台阶共 2842 级，这十分考验大家的体力，大部队也开始逐渐分成多个梯队，经过艰辛而漫长的攀爬，在品源小伙伴们相互鼓励下全员登顶，远处山峦叠嶂美景尽收眼底！

通过此次野三坡户外活动，大家不仅欣赏了美丽的风景，放松了身心，缓解了压力，更增进了团队间的积极交流，为以后工作中的相互学习和配合建立信心。相信在以后的工作中大家会以更加饱满的工作热情投入到工作岗位中。





品源 2016 年度上半年工作会议 隆重召开

近日，在美丽的海河之畔，品源 2016 年度上半年工作会议隆重召开。品源北京总部、上海、苏州、无锡、青岛、广州、深圳、东莞和天津等分公司负责人和部分优秀代表出席了此次会议。会议总结了上半年公司的经营管理情况，明确了今后公司经营管理工作思路、工作重点方向及发展规划。

会议中，各分公司负责人全面总结了 2016 年上半年的案件数量和质量、客户服务等情况，并指出了下半年的工作思路及方法。同时，会议围绕着上半年团队管理、学术研究等问题进行了经验分享。在肯定了各分公司卓越成绩的同时，闵总、胡总也对下半年的工作作出了指导。品源总经理闵总强调，在当前知识产权行业发展的新阶段必须坚持走专业并具特色的服务路线，要转变工作思路及方法，以应对新的形势。各分公司也要因地制宜，充分发挥各自的地缘优势，坚持发展大客户的战略，不断提升客户服务品质。

会后，各分公司负责人与天津分公司的同事进行了深入的交流和沟通。品源始终如一地坚守“信赖意味着责任”的服务理念，倾力打造“品源知识产权”的专业品牌，旨在不断扩大品牌凝聚力和影响力，为广大客户提供更专业更严谨更高效的知识产权服务。



苏州品源千岛湖之旅圆满落幕

盛夏七月，苏州品源的小伙伴们踏上了千岛湖之旅，身着整齐划一印有品源 LOGO 的服装出发，无论在哪都成了一道靓丽的风景线。经过 4 个小时的车程，我们到达了目的地 - 千岛湖。

下车后我们漫步在千岛湖的湖畔，处在宜人的美景中丝毫感觉不到天气的炎热。小伙伴们个个兴致高昂。被眼前千岛湖那种独有美景所吸引，果然是名不虚传的长江三角洲地区的后花园！千岛湖湖面开阔，湖水清澈如镜，由于水深，所以看上去就像翡翠般似绿如蓝了，远远看去有很多岛屿，难怪是岛屿之最之湖！

我们今天还吃到千岛湖特色主打菜 - 千岛湖鱼头，汤白鲜美，鱼肉嫩嫩的，让人流连忘返。饭后，我们向着白云溪漂流出发了，路上三一群俩一伙的结盟，到了场地后小伙伴们迫不及待的换上了漂流必备安全装备，有几个小朋友还买了水枪，坐上漂流的皮筏后就有人互相泼水嬉闹，尽情的享受着夏天独有的凉爽！

第二天，我们前往森林氧吧爬山，呼吸了新鲜空气放空大脑，让身心放松了下来：

此次活动圆满结束，无论美食还是美景都让大家留恋。不仅增强团队的交流与沟通，提高了集团凝聚力，还充分体现了品源以人为本的管理理念以及人文关怀。让我们一起期待下一次的狂欢吧。



品源参加 PCT 及欧洲专利的 实操经验研讨会

近日，品源受邀参加苏州工业园区携国际科技园举办的关于“PCT 及欧洲专利的实操经验研讨会”，品源苏州分公司合伙人刘臣刚先生，品源德国合作伙伴 MeissnerBolte 公司合伙人 Tobias Wuttke 博士, Julian Würmser, 来参加此次会议。

本次会议主要围绕以下几个话题进行——中国企业进入国际市场面临如何保护知识产权的问题？PCT 作为国际专利申请的主要途径之一，企业在 PCT 国际阶段应注意哪些程序？欧洲统一专利和目前“传统”的专利授权后进入各指定国最新进展情况？企业应该如何选择？欧洲参展应避免哪些不必要的麻烦？

参加此次会议的约有 30 多家企业代表，品源刘老师从 PCT 的起源、含义、体系以及实操运用方面展开了深入浅出的演讲，通过 PCT 国际阶段的分享做为抛砖引玉，引出了德国两位专家的精彩演讲。德国专家近日走访苏州周边一些有国际需求的企业，并了解到企业家们对国际申请阶段的一些策略非常感兴趣。两位德国专家在现场调查，现场的 IPR 们都希望在原定的二个话题中再增加这一话题。德国专家们还在现场讲解了“英国脱欧对欧洲统一专利进程的影响、欧洲专利的申请策略、欧洲参展应提前规避的风险”等相关话题。

研讨交流结束后，大家积极与讲师互动，交换名片，专家们耐心的一一解答。为此次参会的企业解决了相关的疑惑。本次活动圆满结束，与会嘉宾们纷纷表示不虚此行。



品源第一届“青春杯”篮球赛 第二场圆满结束

8月13日品源第一届“青春杯”篮球赛第二场在北京五棵松 HI-PARK 体育馆拉开帷幕。在天津空港体育场结束第一场比赛后，这场比赛让小伙伴们更为期待！比赛继续秉持着“友谊第一比赛第二”的原则，充分体现品源人良好的体育风貌。

两队队员分别穿着印有北京品源、天津品源字样的队服入场，一场比赛后天津、北京的小伙伴们已经十分熟悉并很有默契，一见面就迫不及待的互相调侃。天津办的小伙伴们各个情绪高昂喊着是来“复仇的”！比赛即将开始现场的气氛急剧攀升，双方都表现出强烈的取胜欲望，并发起了强悍的进攻，双方队员们全力以赴，积极防守、有力阻挡，显示了队员们极佳的心理素质。队员们通力合作，全场比赛精彩不断，高潮迭起！最终，天津队以绝对性优势取得此次比赛的胜利。

赛场上，他们进球后的喜悦，失球后的焦急，比赛结束后互相祝贺拥抱为本次篮球比赛增添了别样的情感。让我们感受到了集体的力量和温暖。此次篮球比赛不仅丰富了品源人的业余生活，更燃起了小伙伴们投身体育运动的热情和信心。同时凭借篮球的独特魅力也展示了品源人朝气蓬勃的青春气息。让我们共同期待下一场比赛的到来吧！

