

品源知识产权
2015年08月 第21期

品源资讯

创新之道 “互联网域名+商标”

专利信息数据库网址大全

专利挖掘在预防专利侵权风险方面的应用策略

2015 年品源年中工作会议圆满闭幕

CONTENTS

商标快讯

TRADEMARK EXPRESS

- | | | |
|----|---------------------|---------|
| 1 | 创新之道“互联网域名+商标” | 文 / 张琳 |
| 3 | 我国商标法如何保护药品的通用名称 | 文 / 白逸群 |
| 5 | 商标异议复审审查中的请求原则与例外情形 | 文 / 陈志兴 |
| 6 | 商标侵权纷争中企业该怎么保护商标 | 文 / 高云翔 |
| 7 | 知名商品特有包装装潢保护的原点问题 | 文 / 邓宏光 |
| 10 | 迈克尔乔丹为何输了商标官司? | 文 / 高云翔 |
| 11 | 宁泽涛商标遭服装企业抢注 | 文 / 李铎 |
| 12 | 需进一步厘清驰名商标的跨类保护 | 文 / 邓卓 |



专利视界

PATENT HORIZON

- | | | |
|----|----------------------|---------|
| 13 | 专利挖掘在预防专利侵权风险方面的应用策略 | 文 / 佚名 |
| 17 | 移动互联网领域专利申请规则探秘 | 文 / 佚名 |
| 19 | 微软发起反垄断诉讼拒绝支付手机专利费 | 文 / 书聿 |
| 20 | 科技型中小企业专利权质押贷款模式初探 | 文 / 刘建志 |
| 22 | 企业如何做好专利布局 | 文 / 李伟 |
| 23 | 电梯咬人 专利拔牙 | 文 / 赵建国 |
| 26 | 科技型中小企业专利权质押贷款模式初探 | 文 / 刘建志 |
| 28 | 专利信息数据库网址大全 | 文 / 佚名 |



品源动态

BEYOND NEWS

- 33 北京品源知识产权管理咨询公司官方网站正式上线
- 34 品源受邀参加第六次中日外观设计制度研讨会
- 35 品源受邀参加中美专利许可和技术转让研讨会
- 36 品源无锡办足球队正式成立
- 37 2015 年品源年中工作会议圆满闭幕
- 39 品源夏季旅游“清爽一夏行动”圆满结束



编辑委员会：

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

创新之道 “互联网域名 + 商标”

文 / 张琳



在“互联网+”升级为国家战略的时代背景下，互联网与知识产权行业的融合与行业变革一直成为知识产权行业的热点话题。7月30日，在北京知识产权保护协会主办的2015年北京知识产权发展沙龙半年会暨“产业变革和知识产权制度创新”论坛上，“互联网+”与知识产权行业变革将就成为此次论坛的热点讨论议题，而如何将“互联网+”真正落实到知识产权行业，成为从业者们思考的重中之重。与会嘉宾们一致认为，知识产权行业和互联网的融合，是一种必然的发展趋势，将有着非常光明的发展前景，但具体到实际的执行中，也会遇到种种挑战。目前在知识产权行业，已经出现如“知果果”、“快智慧”、“权大师”等10多家在线的商标和专利等知识产权服务平

台。很多公司采用的零服务费的方式，对现有知识产权服务行业产生了很大的冲击。但这种互联网O2O的操作理念，是否能够适应知识产权服务行业之一专业领域，还有待时间的检验。

“。商标”顶级域：“互联网+知识产权”的创新之道

作为本次论坛的特邀嘉宾，“。商标”域名注册局在会上做了主题发言，分享了“。商标”作为全球唯一专门为商标品牌权利人专享的全球通用顶级域，开创了“互联网域名+商标”的应用方式，是帮助商标品牌权利人在互联网上彰显商标品牌权利的创新型网上知识产权标识。这种互联网域名+知识产权的发展思路，一下子让与会的嘉宾有了耳目一新的感觉。

众所周知，商标具有能够将商

品、服务或与其相关具体个人、企业或组织信息来源相区别以便于他人、消费者辨认的基本功能。然而在互联网时代全面到来后，传统的商标品牌权利人普遍遇到了如何更有效在互联网上传播品牌权利的新课题。由于互联网诞生于美国，域名系统也起源于美国。很长一段时间以来，域名都只能由英文和数字组成。而对于中国的企业来说，无论其商标、商号是否是英文组成，都必须给自己起一个英文字符或数字组成的域名，如采用用户并不熟悉的英文品牌、拼音、拼音缩写、数字或几者的合并使用。而域名资源的稀缺性，使得简短易记的拼音或英文域名越来越难以获取，因此大部分企业和用户所使用的域名都很难让网民和消费者一下子记住。这给网民和消费者日常使用域名在

地址栏直接访问网站带来了很大的不便。而网民依赖的搜索引擎，由于事实上竞品词汇的广泛使用，使得网民通过搜索结果也无法辨识哪一个真实的品牌官方网站。这就造成了当前被广泛使用的互联网域名和品牌商标形成了很强的割裂关系。

“。商标”顶级域：“互联网+知识产权”的创新之道

“。商标”作为经过 ICANN 批准和中国工业和信息化部批准在中国运营的通用顶级域，其注册规则要求互联网“。商标”的注册和使用必须同注册人的商标权利完全对应，注册词命名需依照商标注册证明或商标申请证明信息进行。“。

商标”域名注册局设置了严格的注册规则，通过专业的审核团队对域名注册人及域名注册词命名内容进行审核。

“。商标”的创新之处在于商标与域名的双重识别性标记能力让“。商标”与传统商标一样具备能够将商品、服务或与其相关具体个人、企业或组织信息来源相区别以便于他人、消费者辨认的基本功能。

而这样的创新便于网民与消费者凭借这个标志在网上寻找、识别和区分各类商品与服务信息来源，减少因网上网下商标名称的不统一而造成对商标品牌在互联网上认知和使用上的混乱与烦扰，从而减少因购买假冒商品与服务或误入钓鱼网站

而造成的损失。同时，作为重视商标知识产权与品牌保护者，商标品牌权利人也希望自己的商标权利在互联网上得到延伸、扩展与保护，让商标在网上网下实现统一的表达、管理、使用与宣传，防止自己的商标在互联网上遭到假冒、仿冒等侵权，保障自己在互联网上的商业利益。

“。商标”对于知识产权服务行业的创新，其优势就是在于不是简单地利用互联网平台去提供知识产权服务，也就走出了“020”是否符合知识产权服务的争论。“。商标”从另外一个维度，即从应用层面，实现了互联网和知识产权的融合，值得我们跟踪和关注。



我国商标法如何 保护药品的通用名称

文 / 白逸群

商标的基本功能在于区分商品或服务的来源。具有显著特征是对商标的本质要求。因此，从消费者认牌购物及保护其他同业经营者的角度出发，根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第二次修正的商标法（下称第二次修正的商标法）第十一条第一款第（一）项规定，仅有本商品的通用名称的标志不得作为商标注册，而药品亦受上述法律规定之约束。

“药品通用名称”的判定

首先，根据《商标审查及审理标准》的规定，通用名称是指国家标准、行业标准规定的或约定俗成的名称，即法定的通用名称和约定俗成的通用名称。

法定的药品通用名称体现在《中华人民共和国药品管理法》第三十二条及第五十条的规定中，即国务院药品监督管理部门颁布的《中华人民共和国药典》和药品标准为国家标准，其中规定列入国家药品标准的药品名称为药品通用名称，已经作为药品通用名称的，该名称不得作为药品商标使用。

约定俗成的药品通用名称是指某一药品的名称，已被同行业较为普遍的使用或被一定范围内相关公众所普遍认知。

如在第1580496号“银黄”商标争议案中，在案证据表明《中华人民共和国药典》（1995年版）已将“银黄口服液”列为新增品种名称，故国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商评委）与一审法院均认为“银黄口服液”已成为法定的药品通用名称。但是“银黄口服液”是法定的药品通用名称，是否意味着该案争议商标“银黄”是法定的药品通用名称？对此，商评委及一审法院均认为，“银黄”非“银黄口服液”，“银黄”未构成法定的通用名称。后二审法院基于成都地奥制药集团有限公司在诉讼中提交的大量证据认为，在争议商标申请注册日前，市场上部分企业已经取得了“银黄”类药品的生产许可证，“银黄颗粒”“银黄胶囊”或其他企业含有“银黄”的药品名称已经成为该类药品通用名称；并且在中药领域，“银黄”是金银花及黄芩两药材名称的简称，结合《中国药品通用名称命名原则》的相关

规定，同时基于“银黄”类药品在争议商标申请注册日前广泛生产的事实，相关公众足以通过“银黄”指代“银黄”类药品，因此，“银黄”已经构成“银黄”类药品约定俗成的通用名称。故争议商标指定使用在第5类医药制剂商品上，违反了第二次修正的商标法第十一条第一款第（一）项的规定，应予以撤销注册。

其次，对“药品通用名称”时间点的确定。

《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》第8条规定：“人民法院审查判断诉争商标是否属于通用名称，一般以提出商标注册申请时的事实状态为准。如果申请时不属于通用名称，但在核准注册时诉争商标已经成为通用名称的，仍应认定其属于本商品的通用名称；虽在申请时属于本商品的通用名称，但在核准注册时已经不是通用名称的，则不妨碍其取得注册。”

如在第1416354号“杏灵”商标争议案件中，争议商标的申请注册日为1999年2月8日，核准注册日为2000年7月7日。国家药

品监督管理局将“杏灵颗粒”纳入国家药品标准的时间是2002年12月16日，即在该案争议商标核准注册日之后，因此，争议商标在被核准注册时尚未成为药品的通用名称，未违反第二次修正的商标法第十一条第一款第（一）项的规定。

反之，药品通用名称会因未按《中华人民共和国药品管理法实施条例》第三十二条的规定提出试行业标准转正申请，被撤销或注销药品批准文号或因相关国家药品标准的修订而不再属于法定的药品通用名称。故某商标在核准注册时已不是药品通用名称的，是可以获准注册或维持注册的。

其他绝对条款的适用

实践中，商标注册申请人通常会法定的药品通用名称中的一部分作为商标申请注册，或他人提交的证据不足以证明系争商标已成为约定俗成的药品通用名称，或申请注册的商标与上述名称近似，或非申请注册在第5类药品商品上。所以在面对纷繁复杂的现状，需结合当事人提交的证据及商标所指定的商品或服务要素综合考量。

首先，第二次修正的商标法第十一条第一款第（二）项与第（三）项的适用。

在上述第1580496号“银黄”商标争议案中，商评委在对该案重审裁定书及随后的一审法院均认为，在中药领域，“银黄”是金银花及黄芩两药材名称的缩称，使用在医药制剂商品上，直接表示了该商品的原料特点，同时难以起到区分商品来源的作用，缺乏商标应有的显著特征，故争议商标的注册亦违反了第二次修正的商标法第十一条第一款第（二）项与第（三）项的规定。

在第4199801号“冰皇夫乐BINGHUANGFULE”商标异议复审案件中，商评委和一审法院及二审法院均认为在被异议商标申请注册日前，“冰皇夫乐软膏”已经被国家药品监督管理局认定为药品通用名称，被异议商标“冰皇夫乐”与上述药品通用名称中的“冰皇夫乐”相比较，其读音相同、文字组成近似，指定使用在人用药等商品上，相关公众易将其作为商品名称或其成分加以识别和对待，不易起到区分商品来源的作用，故被异议商标的申请注册违反了第二次修正的商标法第十一条第一款第（三）项的规定。

其次，第二次修正的商标法第十条第一款第（七）项的适用。

对于该条款，未找到涉及“药品通用名称”的直接案例，但是，如果商标注册申请人将药品通用名称指定使用在第3类化妆品等商品、第5类医用营养品等商品或第30类茶饮料等商品上，易使消费者对商品的功能等特点产生误认，从而违反了第二次修正的商标法第十条第一款第（七）项的规定。

如在第5050906号“裂可宁”商标异议复审案中，商评委和一审法院及二审法院均认为，在案证据可以证明相关公众已将“裂可宁”理解为对皮肤皴裂具备良好的护理或者愈合效果的一类护肤品的通称，被异议商标指定使用在花露水等商品上易使相关公众对商品的功能产生误认，从而造成不良影响，违反了第二次修正的商标法第十条第一款第（八）项的规定，即我国现行商标法第十条第一款第（七）项的规定，故对被异议商标不应予以核准注册。

《中华人民共和国药品管理法》第一百零二条规定：“药品，是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质，包括中药材、中药饮片、中成药、化学原料药及其制剂、抗生素、生化药品、放射性药品、血清、疫苗、血液制品和诊断药品等。”药品直接关系到人们的身体健康甚至生死存亡，误用不仅不能“治病”，还可能“致病”，危及生命安全。因此，面对已代表某一种类药品的通用名称时，他人以与之相同或近似的文字作为商标申请注册，需要从保障消费者和生产、经营者利益出发，综合考虑商标授权确权中的各种因素，慎重对待，给予其最大限度的保护。



商标异议复审审查中的请求原则与例外情形

文 / 陈志兴



我国 2005 年修订的《商标评审规则》第二十八条规定，国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商评委）审理不服国家工商行政管理总局商标局（下称商标局）异议裁定的复审案件，应当针对当事人复审申请和答辩的事实、理由及请求进行评审。我国现行商标法对商标异议制度进行了修改，规定只有在商标局作出“不予注册决定”的情况下，才有后续的复审程序。对于该复审程序的审理范围，我国现行商标法实施条例第五十三条规定，商评委审理不服商标局不予注册决定的复审案件，应当针对商标局的不予注册决定和申请人申请复审的事实、理由、请求及原异议人提出的意见进行审理。原异议人的意见对案件审理结果有实质影响的，可以作为评审的依据。

通常情况下，商评委主要应围绕复审请求人所提出的请求、事实

和理由以及答辩人所作的相应答辩进行审查，答辩超出请求的部分一般不应纳入审查范围。这主要是基于两点考虑：一方面，商标异议复审程序的设立，在于给不服商标局异议裁定的当事人以后续的救济途径，使其有可能获得比商标局异议裁定内容更为有利的后果，而非使其面临有可能承受更为不利后果的风险，这是正当程序原则的基本要求，而将超出请求范围的答辩内容纳入复审审查范围就有可能使得复审请求人面临比商标局异议裁定内容更为不利的后果；另一方面，对于商标异议复审程序的提出，2001 年 10 月 27 日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第二次修正的商标法设定了当事人申请复审的期间，超出该期间的复审请求及相关理由均不能纳入复审审查范围，异议复审

申请期间的设定将形同虚设。

我国现行商标法实施条例第五十三条还规定，原异议人的意见对案件审理结果有实质影响的，可以作为评审的依据。该规定本身系对请求原则的扩张适用，故对该规定中的“原异议人的意见”“实质影响”等内容应有明确的限定。一般情况下，“原异议人的意见”不得超出商标局异议裁定的审理范围，但涉及我国现行商标法第十条、第十一条和第十二条适用的相关意见，可以作为例外情形。之所以允许原异议人超出复请求范围提出与我国现行商标法第十条、第十一条和第十二条的适用相关的意见，主要是考虑到上述条款的适用涉及到社会公共利益和商标识别作用的发挥，且即使在商标异议复审程序中不予考虑，在后续的商标无效宣告程序中仍需做进一步的审查，这将造成对商标审查程序和行政资源的浪费。“实质影响”主要指向的是那些在程序或者实体上能够直接决定商标异议复审裁定结果的情形。

总体而言，商标异议复审（商标不予注册复审）审查范围的确定需坚持请求原则，但在原异议人提出我国现行商标法第十条、第十一条和第十二条等绝对条款的意见时，亦可作为评审根据。

商标侵权纷争中企业该怎么 保护商标

文 / 高云翔



如今随着现代市场品牌化竞争的加剧，企业为了赢得一席之地，通过广告宣传等来提高品牌商标知名度及影响力。如众所周知的苹果，香奈儿，耐克等品牌已经深入人心。

如今随着现代市场品牌化竞争的加剧，企业为了赢得一席之地，通过广告宣传等来提高品牌商标知名度及影响力。如众所周知的苹果，香奈儿，耐克等品牌已经深入人心。企业竞争的趋势加速了商标注册代理行业的发展，如今规模大小不一的商标代理机构充斥在个人和企业之间。商标注册行业的兴起与值随来的问题也不容忽视，如面对企业商标侵权事件的发生，即使是大的公司也避免不了官司纠纷。除了和现代企业知识产权保护因素，另外就是商标注册行业体制的不健全，有好多故意钻法律漏洞，恶意侵权为之，这 and 行业从业者道德也有一定关系。

企业商标侵权屡屡发生 大小企业也难逃纷争

如著名商标四通曾经成为某一搬家公司的商标，某合资企业以中国长城高级润滑油“长城”来命名。再到就近刚发生的著名的苹果也难逃深圳唯冠商标指控侵权官司，这一官司对其在瑞士的销量可谓大有影响。除此之外还有滴滴打车，美柚等 APP 也深陷侵权泥潭。如果其能在新款商标的命名进行事先查询，对商标侵权的危害性有足够了解这些都可以大大避免。

看法律如何对待商标侵权行为 企业自身又该如何保护

从法理上看已他人已注册商标来为本企业或是商标命名，属于典型的假冒行为。企业商标属于知识产权的范畴，它最大的特点就是无形性和不易界定性，这也是为何商标侵权多次发生的原因之一。其次著名的商标能为企业带来巨大的商业利益，而且就侵权案例来看，被侵权的商标往往是具有一定知名度或是能为企业带来利益的的商标，作为企业商标能在消费者中使用能

够大受欢迎，从而为企业带来盈利。

新修订的《中华人民共和国商标法》经过修改，5月1日已正式实施。经修改后的《商标法》有很多亮点与惩罚细则，如不得使用“驰名商标”字样宣传，恶意抢注商标最高罚300万等。今年以来我国相关部门召开会议颁布改善的商标法等行为，这表明国家政策对企业注册商标及知识产权的重视。

商标注册杜绝商标侵权有效途径 未雨绸缪需先行

企业商标侵权事件要想更好避免发生，一是企业要通过商标注册等法律途径保护体系，二是对于恶意侵权钻法律空子的人来说，这并不是永远可行之道，最终难逃法律与大众的监督。从事商标代理机构的夺标网负责人建议各大中小型企业，为了能够保证企业得商标不被他人夺取，企业应该做好商标注册等相关知识产权保护工作，选择专业的商标代理机构，为企业发展路上做好未雨绸缪的准备。

知名商品特有包装装潢保护的 原点问题

文 / 邓宏光

作为近年来最受关注的知识产权事件之一，加多宝与王老吉“红罐之争”持续发酵。针对“红罐之争”所涉及的相关知识产权问题，本报特邀请多位知名知识产权专家进行专业解读。从本期开始，将陆续刊载相关来稿，以期对相关问题的解决提供有益的参考。

无论王老吉与加多宝为诉讼如何造势，使出一些让人眼花缭乱、闻所未闻的“招数”，也不管双方当事人凉茶市场上使用了多少拍案叫绝的“绝招”，在法律评判过程中，应当秉持“市场的归市场、法律的归法律”原则，化繁为简。笔者从法律制度的原点出发，剖析双方在法律层面上的是与非。

第一，“红罐之争”为什么以“来源混淆误认”为“试金石”。

在“红罐之争”中，双方援引的均为我国反不正当竞争法第五条规定：“经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：（二）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。”

从上述规定看，对知名商品特有包装装潢的保护，其目的在于防

止市场混淆。因为即便该包装装潢不属于注册商标，只要经过长期的使用，都可能成为消费者识别商品来源的识别性标识。包装装潢一旦具有识别商品来源的意义，即构成商业标识。他人擅自使用该标识的行为，可能导致消费者发生混淆误认。为了维护市场秩序，这种可能导致消费者发生混淆误认的经营行为，应当加以制止。

因此，根据我国反不正当竞争法的规定，知名商品特有的包装装潢，虽然不是注册商标（如果是注册商标，可直接援引商标法获得保护），但与注册商标的保护原理一样，都是通过制止可能导致消费者发生混淆误认的经营行为，从而保护该标识使用人的合法权益。是否容易使得以消费者为核心的相关公众，对商品或服务的来源产生混淆误认，成为判断擅自使用该标识的行为是否构成不正当竞争行为的“试金石”。

在“红罐之争”中，对于“来源产生混淆误认”中的“来源”该作何解释，有观点认为，“来源”是指实际的生产者，在该案中，红罐凉茶一直由加多宝生产，因此，加多宝在后使用红罐作为凉茶的包装，不会导致消费者对商品来源产

生混淆误认；相反，王老吉推出“红罐”凉茶，会让相关公众误以为是加多宝生产的。因此，红罐只有归属于加多宝，才不会产生混淆误认，如果归属于王老吉，反而会产生混淆误认。

这种观点是对我国商标法和反不正当竞争法中“混淆”的误读。其原因在于，商标权利人可以自己生产也可以授权他人生产特定品牌的产品，在商标许可使用过程中，消费者之所以不会对“来源”产生混淆误认，系因为特定品牌的产品可能有不同的生产者，不同生产者生产的产品都“来源”于商标权人。因此，评判法律意义上的“来源”，不是以实际的生产者作为标准，而是以该标识的控制人作为基准。上述错误观点显然将法律意义上的“来源”，混同于日常用语中的产品“来源”。

反过来讲，如果上述观点能够成立，那么可得出如下结论：在商标独占许可使用过程中，因为在合同期间只有独占被许可人生产该产品，该生产者才是产品的唯一“来源”，许可关系结束后，为了避免消费者对商品“来源”产生混淆，只能让该生产者继续使用该商标，包括商标权利人在内都不得使用该

商标，否则，将使消费者对“来源”产生混淆误认。这种结论显然是不成立的，而上述观点的逻辑和结论与这种假设都难以令人信服。

第二，“红罐之争”中，何时为评判混淆误认的时间基点。

保护知名商品特有的包装装潢的目的在于防止消费者产生混淆误认，那么，在王老吉与加多宝的“红罐之争”中，何时的使用行为会发生混淆误认？

对此，有观点认为，经过双方大量的广告宣传与使用，使得相关公众已知晓红罐凉茶既有“王老吉”牌也有“加多宝”牌，消费者不会产生混淆误认，因此红罐应当由双方共有，任何一方都不侵害另一方的“合法利益”。

上述观点将商业上经营的成功与法律意义上的是非相混淆。虽然在评判是否构成侵权时，需要考虑特定标识经过使用所形成的市场秩序，但是在法律层面上，对于故意侵权者，即便已经通过商业上的运作取得成功，也不能因此将其侵权行为“合法化”，商业上的成功不能成为绑架法律的原因，否则法律将屈从于弱肉强食的“丛林法则”。

第三，“红罐之争”中谁混淆于谁。

在双方合作的“蜜月期”，红罐就等同于“王老吉”。消费者认牌购物，所认的品牌就是“王老吉”，“王老吉”成为指引消费者认牌购物的向导。红罐所起到的作用，与“王老吉”一样，都是识别作用。经过长期的使用，消费者看到凉茶中的红罐，即便没有看到“王老吉”3字，也会直接联系到“王老吉”凉茶。虽然“王老吉”凉茶有红罐和

绿盒两种包装，“王老吉”并没有与红罐产生一一对应的关系，但不能否认，消费者看到“王老吉”凉茶所使用的红罐和绿盒，都会与“王老吉”凉茶产生一一对应关系。

在广药集团与鸿道公司发生纠纷后，“王老吉”品牌许可期限届满，由商标权利人广药集团使用。此时，加多宝继续使用红罐，虽然将原红罐中的“王老吉”替换成“加多宝”，尤其是在红罐中一面使用“王老吉”，一面使用“加多宝”，消费者看到红罐，基于头脑中对“王老吉”红罐凉茶的印象，直接会认为是“王老吉”。因此，在纠纷发生之时，消费者看到加多宝使用的红罐，有可能误认为是“王老吉”凉茶。

此后，加多宝经过大量宣传，“教育”了消费者，红罐凉茶也有“加多宝”，使得消费者能够区分红罐“加多宝”和红罐“王老吉”，是否加多宝此后的使用行为，在法律上就没有问题了？答案是否定的，因为法律不保护恶意的侵权者。其原理与“蓝色风暴”商标案相同，不能因为百事可乐嗣后的大量广告，让消费者将“蓝色风暴”只与百事可乐联系，而不与“蓝色风暴”商标权人相联系，就认定百事可乐因为商业上的成功而使得其标识使用行为合法，道理上如出一辙。

第四，“红罐之争”中设计、使用和推广者为何对红罐失去权益。

该案中，加多宝是红罐的设计者、实际使用者和经营者，红罐之所以成为知名商品特有的包装装潢，归功于加多宝，这一点毫无争议。那么，为什么红罐的设计者、

实际使用者和经营者，反而不享有该包装装潢的合法权益？这是否完全背离了“谁播种谁收获”这一正义观？

在确定特定标识的权益归属时，设计者、使用者和经营者的地位，与著作权法和专利法有不同之处。在专利法和著作权法中，设计者对发明创造和作品的归属，起到决定性作用。然而，在商业标识法中，设计行为在确定标识的归属时，仅仅起到一定的参考作用，因为商业标识法强调的是识别作用，而不是标识的设计本身，因此，设计者在实践中往往并非商业标识的权利人。

实际的使用行为，在确定标识归属时，起到重要的作用。但必须考虑该使用行为是为谁而使用。如通过自己的使用行为而将他人品牌做大做强，这种为他人而使用的行为，其结果只能为他人做嫁衣。

在“红罐之争”中，加多宝所设计的红罐包装，完全是为“王老吉”量身定做，其在申请外观设计以及实际使用中，红罐均包含了“王老吉”，将红罐作为美化和凸显“王老吉”的一种包装装潢，使得红罐天生就与“王老吉”商标血脉相连，无法分割。也正因为如此，消费者看到凉茶上的红罐，就想到“王老吉”。红罐设计的缺陷，直接决定了其无法独立于“王老吉”，通过长期的使用，更强化了这种联系。正因为如此，加多宝设计、大量使用带有“王老吉”的红罐，就决定了红罐最终的命运。

必须强调的一点是，加多宝使用红罐，并非没有收获，其在长期经营过程中，除了缴纳每年的商标

许可费之外，其他的营收，都由加多宝享有。因此，认为红罐包装不归加多宝，加多宝就只“播种”而未“收获”是站不住脚的。

第五，“红罐之争”是否需要纠缠于“知名商品”。

按照通常的逻辑，我国反不正当竞争法所保护的是“知名商品特有的名称、包装、装潢”，因此，适用该条款应当分为两部曲：第一步，分析涉案商品是否为“知名商品”，第二步该名称、包装、装潢

是否为“特有”。

按照这种逻辑，只要被认定为“知名商品”，其“特有”的名称、包装、装潢都应获得保护。如“王老吉凉茶”被认定为“知名商品”后，任何为“王老吉凉茶”所设计的“特有”的包装、装潢，不管该包装装潢是否实际使用，都应当获得反不正当竞争法的保护。这种结论显然是难以接受的。而出现这种荒谬结论的原因，不在于法律适用的逻辑，而在于法律规定本身。

我国反不正当竞争法所要保护的，实际上是“商品上知名、特有的名称、包装、装潢”，即法律所要保护的是能够起到识别作用的标识，是具有知名度和独特性的包装装潢，因此“红罐之争”无需纠缠于涉案商品是否知名或“知名商品”是什么。



迈克尔·乔丹为何输了商标官司?

文 / 高云翔

对于美国著名篮球运动员迈克尔·乔丹与乔丹体育股份有限公司(下称“乔丹体育”)之间的商标争议案,近日,北京市高级人民法院作出了商标行政案终审判决:迈克尔·乔丹要求撤销乔丹体育的争议商标的上诉理由依据不足,法院不予支持,乔丹体育的注册商标不会被撤销。那么,迈克尔·乔丹为什么会输了官司呢?

该案中,焦点问题之一就是争议商标是否损害了迈克尔·乔丹的姓名权和肖像权,即是否违反了商标法第三十一条关于“不得损害他人现有的在先权利”。

对于姓名权,法院认为,即便“Michael Jordan”中文翻译为“迈克尔·乔丹”,但争议商标中的“QIAODAN”仅系“乔丹”的汉语拼音,作为汉语拼音的“QIAODAN”并不唯一对应于“乔丹”,且“Jordan”为美国人的普通姓氏而不是姓名,因此迈克尔·乔丹主张争议商标损害其姓名权的依据不足。对于肖像权,法院认为,肖像应清楚反映人物的主要特征,至少应清楚到社会公众能够普遍将该肖像识别为肖像权人。而本案中,争议商标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,因此,现有证据尚不足以证明争议商标的注册侵害了迈克尔·乔丹的肖像权。

可以看出,单就姓名权或者肖像权而言,迈克尔·乔丹主张权利

在客观上的确依据不足。然而值得注意的是,争议商标是一个图文组合商标,由“QIAODAN”文字和一个篮球运动员剪影形象构成,就单个组成元素而言,未必具有唯一指向,然而,当文字元素与图形元素组合后,结果却有所不同。这是因为,尽管“QIAODAN”未必是“迈克尔·乔丹”的译名的拼音的唯一形式,且篮球运动员剪影也未必能让消费者唯一联想到迈克尔·乔丹,然而在一般消费者心目中,在篮球领域驰名世界并且姓名发音又和“QIAODAN”相同或者近似的,只有迈克尔·乔丹,而商标中的剪影形象也与消费者的认知结果相一致并强化了这种指向效果。单纯的文字或者图形不足以导致唯一指向的结果,而二者的相互配合或强化却可以固定唯一的指向:即提示消费者联想到唯一的那个“形象”。然而,令人遗憾的是,这种“形象”却不能为单纯地姓名权或者肖像权所包容,属于我国民法体系下尚未明文规定的权益。在国外法学理论中,这种权益被称为“形象权”,是指名人基于其声望而将自己的姓名、肖像等可以唯一指向的人格元素进行商业利用以获取利益的权利。具体而言,当人们看到名人姓名或者高度近似的肖像时,虽然该姓名客观上可能存在若干同名或者长相类似的人,但消费者的认知心理决定了他们首先会联想到知名度最高、

独一无二的“那个”。名人的姓名、肖像等人格元素承载着巨大的形象价值和感召力,当这些元素一旦用于商业活动时,该姓名所承载的符号含义马上会转化为最直接的广告效应和购买号召力。

但是,在我国,这种“形象权”,并未被民法所规定,而是否可以解释为《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》第十七条规定的“根据民法通则和其他法律的规定属于应予保护的合法权益”,目前在我国司法实践中仍然存在着巨大分歧和争议。如果可以引入“形象权”的理念并且承认其属于“根据民法通则和其他法律的规定属于应予保护的合法权益”,考虑到前文所述的争议商标图文元素共同的指向效果所导致的唯一性,就应当承认迈克尔·乔丹的商业影响对争议商标的注册构成了阻碍,在这些前提下,就可能得出另一种结论。



宁泽涛商标遭服装企业抢注

文 / 李铎

体坛明星的姓名总是服装类企业注册商标时的“抢手货”。在日前落幕的2015年喀山游泳世锦赛上，宁泽涛以47秒84的成绩夺取亚洲首枚男子100米自由泳决赛冠军，但有媒体报道称，早在2014年9月，以“宁泽涛”命名的服装类商标就已被申请注册。

北京商报记者登录中国商标网查询得知，在服装、鞋、帽品类中，确有宁泽涛商标注册。申请日期为2014年9月29日，商品品类包括内衣、游泳衣、柔道服等。根据商标流程显示，宁泽涛商标自2014年11月进入等待受理通知书发文状态，至今未显示注册成功。据了解，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。

以体坛明星命名的商标蕴含着巨大的商业价值，这也是企业喜欢抢注的原因。以宁泽涛商标为例，如果注册人经营的企业以销售泳装为主营业务，可以借势打响企业及产品知名度。此外，注册人也可在商标商业价值充分体现后，通过高价转让从中获利。商标注册的成本很低，根据中国商标网上报价信息显示，受理商标注册费仅需800元，但以明星姓名命名的商标可以给注册人带来的回报或将是注册成本的千百倍。

在中国国际贸易学会国际品牌管理中心主任许京看来，抢注品牌对于企业来说是一种走捷径的行为，没有体现品牌本身的价值。“企业应更静心地做品牌，找到品牌的

内涵，”许京表示，如果企业能够与名称本人联手，共同运营品牌，既是对品牌的尊重，也更有利于企业经营。

其实，明星姓名商标被抢注的案例并不鲜见。篮球巨星迈克尔·乔丹起诉中国体育用品公司乔丹体育的“商标争议案”，一直备受人们关注。此外，诸如菲尔普斯、林丹、刘翔等体坛健将都有过姓名被抢注的经历。相较而言，我国著名体操运动员李宁，则将自己的姓名真正与企业经营融合，成为体育界较为成功的案例。



需进一步厘清驰名商标的跨类保护

文 / 邓卓

日前，笔者审理了数件要求认定诉争商标为驰名商标的案件，经过对相关案情的细细梳理，笔者认为，在司法实践中对驰名商标保护的机理认识仍需进一步厘清。

依据我国商标法“就不相同或者不类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用”的相关规定，目前我国关于驰名商标保护的理论基础主要分为混淆理论和淡化理论。其中混淆理论包括直接混淆和间接混淆，直接混淆是对商品出处的混淆，即消费者认为相关商标所标识的商品或服务是由另一商标的所有者提供的，属于对商品或服务来源的错误认识；间接混淆则是一种扩大的混淆，即消费者虽然不至于认为相关商标所标识的商品或服务是另一商标的所有者提供，但会认为该商标的所有者与另一商标所有者之间存在某种联系，如许可、投资、赞助等。

与混淆理论不同，淡化理论是

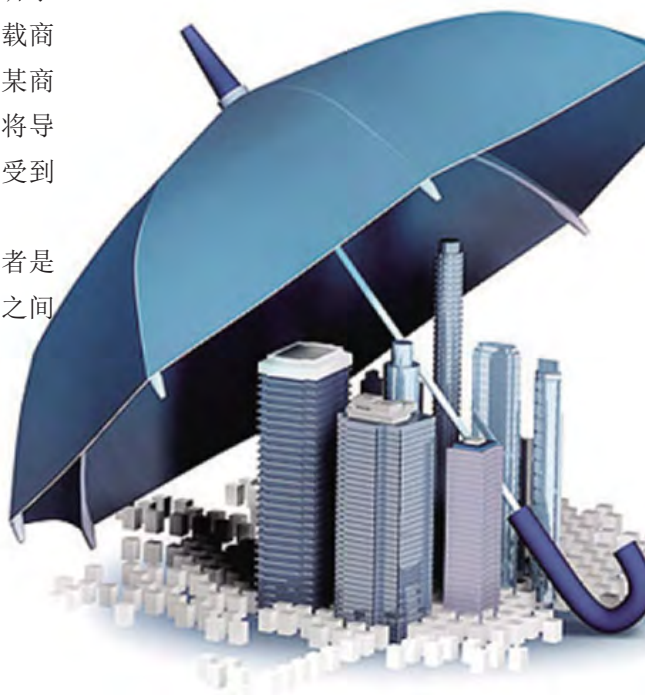
消费者并未对商品或服务的来源产生错误认识，但淡化行为会使商标与其所有者之间的联系被冲淡，从而破坏商标的独特价值。因为淡化是通过相同或近似商标标识的使用，使得该商标标识不再仅仅与特定经营者相联系，而是与不同的经营者相联系，从而降低商标标识与商品或服务特定来源出处的联系。

由此可见，混淆理论强调的是是否会不同经营者的商品误认为来源于同一经营者，保护的重点是商标的区别功能和品质保证功能。在商品或服务跨类的情况下，使用与驰名商标相同或近似的诉争商标，其目的是使消费者以为标识该商标的商品或服务与另一驰名商标所有者存在关联性，从而达到将驰名商标所有者所享有的商誉转移到诉争商标之上的目的，这是一种借载商誉的“搭便车”行为。而如果某商标的商品或服务品质低劣，也将导致另一驰名商标所有者的商誉受到损害。

淡化理论强调的则是消费者是否会

将商标标识与特定经营者之间的联系，逐渐演化为与诸多经营者的联系。如今，商标的作用已经不限于标明商品或服务出处与品质担保，还具有广而告之的作用。这也是驰名商标权利人愿意投入巨额广告和营销费用以增强其商标价值的原因所在。尽管淡化使消费者并没有对商品的来源产生错误认识，但该行为会致使商标与其所有者之间的联系被冲淡，商标所凝结的唯一特性亦被削弱，其商标价值必然会受到损害，对驰名商标所有者显然不公平。

综上，在驰名商标跨类保护认定中，应依据案件具体情况以及混淆理论和淡化理论不同的侧重点，明确保护的适用条件和适用区间。



专利挖掘在预防专利侵权风险方面的应用策略

文 / 佚名

“应对专利侵权风险所采取的专利挖掘是一种以攻为防的措施，其主要是针对拥有风险专利或风险专利群的专利权人，挖掘出能够限制其市场自由度的专利技术并申请，从而限制和影响其风险专利权利的自由行使。”

通过这种专利挖掘，在与对方未来可能发生的专利诉讼中，企业将具备与其对抗的专利筹码。当企业所拥有的这种专利筹码不断增加时，对方考虑到对其自身市场的影响，提起专利侵权诉讼的意愿可能会降低；即便专利侵权诉讼发生后，也增加了企业与对方和解或专利交叉许可的可能性，企业的损失将大幅降低。

当然，所挖掘出的专利也可为企业带来附加收益，例如成为企业向其他人行使专利权，以获取专利收益、巩固和加强市场地位的武器。

(1) 以攻为防的专利挖掘适用条件和特点

这种措施目标实现的必要条件，就是企业自身挖掘出来的专利能够对风险专利的专利权人的市场自由度产生限制，即以企业可能的专利权行使来限制对方的专利权行使。基于上述条件，这种措施在适用条件上有如下两点限制。

1 风险专利的专利权人具有产品的生产、销售等市场行为

如果该专利权人不具有这些市场行为，企业的专利权将缺乏行使的对象，无法达成应对目标。如果专利权人自身不具有市场行为，但其将专利许可给某些公司，用于这些公司的产品或产品制造，企业也可以通过向这些公司的产品行使专利权来迫使专利权人在专利诉讼上作出让步或者达成和解。

在这种情况下，行使专利权时还需要花费大量精力进行许可范围、许可对象及其产品进行调查，其中有些信息难以进行完整、准确地收集，而且即使能够有效地行使自身的专利权，也未必会对专利权人带来较大的威胁和损害。因此，当专利权人自身不具有市场行为时，这种应对措施可能难以达到预期的效果。

2 专利挖掘限制的是对方未来的市场自由度

由于专利挖掘行为是建立在对专利权人未来可能的产品、市场的合理预测上作出的，实质上其限制的是对方未来的市场自由度。一般而言，专利申请相对于产品的推出或者改进具有超前性，而专利授权则往往具有滞后性。因此，这种措

施目标的实现，依赖于企业所挖掘申请的专利是否能够覆盖对方未来可能推出的产品或者可能的产品改进，以及专利授权后这种专利对于对方的市场是否依然具有威胁性（尤其在电子信息产品领域，技术发展、产品更新、市场变化都较快，这点是需要考虑到的）。为此，企业需要通过各种渠道和信息了解和分析对方的技术、产品和市场发展规划，基于企业自身对技术、市场发展趋势的认识和判断，需明确专利挖掘的方向和重点。

基于以上的这些限制，这种措施具有如下的特点：

◇ 适于长期预防，并不适于紧急应对；

◇ 要求企业对于专利、技术、市场信息具有一定的分析、判断和预测能力；

◇ 实施效果具有一定的不确定性。

(2) 专利挖掘方法和要点

这种专利挖掘，其针对性和目标性非常明确，在实际操作时可遵照明确对象、确定挖掘点、确定挖掘策略的顺序进行。此外，企业还需要注意挖掘的对象、重点和策略的确定都需要结合技术、

市场角度进行考虑，保证企业专利挖掘的有限投入用在“刀刃”上；挖掘所产出的专利或专利组合需要经过精心设计，确保对方难以规避，如此才能真正起到威胁对方市场自由度的作用。

1 明确对象。

在实施专利挖掘前，企业一般需要通过不同专利权人所拥有的风险专利数量、威胁程度、专利组合状况以及对方与自身的竞争或未来可能的竞争情况，确定挖掘措施所针对的重点专利权人。其中，代表未来技术趋势或产品方向的关键技术点上拥有风险专利的专利权人，或是比较注重专利组合和布局的专利权人，并且与企业的产品和市场重合度较大的竞争对手，可能是企业特别需要注意采取这种措施进行应对的。

当然，一旦企业确定专利挖掘的重点关注对象后，需要持续关注对方专利组合状况，及时根据对方的专利组合的变化，并结合其他渠道信息判断其技术和市场规划方向，以此对自身的专利挖掘方向和重点作出调整。

2 确定挖掘重点。

在确定挖掘的对象后，企业进一步需要明确在哪些技术点上实施专利挖掘。一般而言，这可以通过分析对方的专利分布状况、比照企业自身的技术特长和市场规划选择、结合技术和市场预测进一步筛选三个步骤来完成。

a) 分析对方的专利分布状况

该步骤主要是对其所拥有的专利所属的技术点和申请地区进行分析。对其专利所属的技术点的分析，主要是确定风险专利权人在哪些技术点上已经进行专利布局，哪些技

术点还未来得及进行专利布局，这些技术点中哪些属于对于产品功能和性能的实现而言是起关键支撑作用的关键技术点，已经布局的专利的撰写质量，以及在各个技术点上专利组合的完善程度，从而找到对方在技术布局上的空白和薄弱点。

例如，如果对方某一关键技术点上已经进行专利布局，首先，企业需要分析其专利的撰写和其专利组合是否对该其技术实现最大限度的保护，是否存在保护的盲点；其次，需要进一步分析，这些专利在产品的实际应用中存在哪些可能地优化和改进方向，这些优化和改进方案是否尚未被对方进行有意识地保护或公开；再者，可以进一步分析，对方布局的专利的有效实施还需要哪些技术进行配套和支撑，这些技术是否尚未被对方进行有意识地保护或公开。

对其专利的申请地区的分析，主要是确定风险专利权人将专利布局的重点放在哪些地区，哪些地区其已经开始关注。其专利布局的重点区域，一般而言也是市场行为发生的主要区域，企业要想达到限制对方市场自由的目的，这些区域自然是企业需要考虑的。已经开始关注的地区，往往可能是对方即将或已经考虑重点开拓的市场，但由于专利布局尚不完善，尚未对其产品形成完善的保护。企业在这些区域的专利挖掘的空间较大，及早开展专利挖掘也会将来给对方带来较大的威胁。

通过以上分析，可以找到企业可能威胁对方市场自由度的专利挖掘点、挖掘方向和可能需要进行专利布局的区域。

B) 比照企业自身的技术特长和市场规划选择

在找到对方专利布局在技术上和区域上的薄弱点或空白点后，考虑到挖掘的成本的投入和预期效果及收益，并非所有这些薄弱点或空白点都需要进行专利挖掘，或者至少应该在挖掘的投入程度有所区别和侧重。企业需要进一步结合自身的技术特征和市场规划选择，有所为而有所不为，确定企业具有挖掘实力、预期能够取得威胁效果并有益于自身市场规划和市场行为的挖掘点。实际上，企业只要在某些技术点、某些区域上通过专利挖掘，进行有威胁的专利布局，就能达成其预期目的，而不必面面俱到。

而在某一挖掘点或挖掘方向上是否能够有效地挖掘出威胁对方的专利或专利组合，企业的技术判断和研发能力直接相关。

即使企业认识到对方专利布局的某个薄弱或空白技术点，而企业在该技术点上并没有技术积累、缺乏相应的研发人员，一般而言很难挖掘出真正具备威胁价值的专利。同时，在构建专利组合时，也很容易发生疏漏，而给对方留下规避的空间，使得挖掘的效果大打折扣甚至前功尽弃。

相反，在企业具有研发和技术优势的技术点上，一方面，企业很可能从已有的研发过程积累的成果或技术构思中就能够筛选出，或稍加改进即能够得到具备威胁对方效果的可专利的技术方案；另一方面，即使要投入适当研发大力量进行这种挖掘，对于企业而言也较为容易，并且这种挖掘过程对于进一步增强企业该技术点上的技术储备或技术优势也非常有益。此外，由于企



业拥有一批熟悉该技术领域的技术人员、市场人员和专利人员，其对该技术的改进、发展和市场应用能够作出较符合实际趋势的预判，产生较高质量的专利撰写和专利组合，从而也能切实保证挖掘的专利能够发挥其威胁性。

为了对企业的市场行为起到有效的保护效果，挖掘重点的选择还需要考虑其市场规划相结合。例如，对于某些技术点，企业可能会规划围绕其开发一系列衍生产品，那么，在这些技术点上，可能就需要投入较大的专利挖掘力度来应对风险。又如，在企业现有的市场重点以及未来可能重点开拓的市场区域，为了尽可能减少风险发生的可能性、减轻风险损失，企业可以投入较多的专利挖掘力度，尤其是被对方和企业同样视为未来重点市场且对方专利布局量尚少的区域。

总体上，对方的薄弱或空白点与企业自身的技术特长点和市场关注点存在交叉和重合的地方，即是企业可以重点考虑的挖掘点和挖掘方向。

c) 结合技术和市场预测进一步

筛选

不同技术点进一步的改进空间不同，不同技术点对于产品性能的提升和功能的完善的贡献程度也不同，而各种提升和完善的需求迫切度或者其对用户吸引力大小，又离不开对市场需求的调查和预期。在某个技术点上存在多个可替代的并行方案时，这些方案的技术成熟度、产品化周期、优缺点以及市场对各种方案的可能接受度也会有所不同。这些因素都会影响对方的市场行为，也会对企业的专利挖掘投入的附加收益产生影响。因此，在进一步优化挖掘点的选择时，企业需要结合技术和市场的预测进一步筛选，投入有所侧重。

d) 确定挖掘策略

在确定挖掘的重点后，企业可以结合自身和对方的技术、市场情况，并考虑各个技术点的特点，选择可适宜、可行的挖掘策略。

“直面应对型”：即在竞争对手对企业威胁程度较大的技术点上进行专利挖掘，以期在这些技术点上和对方形成抗衡，削弱其威胁度，保护企业的市场自由度。

这些技术点往往是一些对于产品的主要性能或功能实现较为关键的技术点，并且竞争对手在这些技术点上已然具备一定的先发优势，完成了一些重要专利的布局，企业往往难以完全规避这些专利。对于这些技术点上的风险专利，企业一方面可从其专利撰写和专利组合上寻找对方疏忽之处；另一方面，结合对技术发展和市场需求的判断，围绕风险专利挖掘最有可能的各种优化、改进方案以及各类和其他技术结合形成的完善产品功能的组合专利，使得对手依据现有专利实施产品生产时，对其产品的任何性能优化、改进或者功能完善，都有可能落入企业的专利保护范围，并且难以规避\或者即使规避也需要付出较大的研发投入、承担较大的市场接受风险。

“围魏救赵型”：即避开对方的强项，充分发挥企业的长处，主攻对方的弱项，从而达到使其强项不能独强的目标。这种策略可以有技术点、产品、和市场区域三个角度。

在技术点角度上，——一个产品

方案的完整实施和实现，除了依赖于某些关键点上的技术支撑外，也需要一些看起来较为“次要”技术的辅助和配合。而对方恰恰可能“次要”点上存在薄弱或空白之处，企业可以考虑选择一些“次要”技术点，结合企业的技术优势，集中力量进行重点挖掘。

需要注意的是，企业所选择的挖掘点技术构成上虽然“次要”，但也应该是产品方案的完整实施所必不可少的，即这些点在技术构成同时也需要是“必要”的。另外，和“直面应对型”策略相同的是，在这些点上挖掘形成的组合同样达到让对方难以规避的效果。

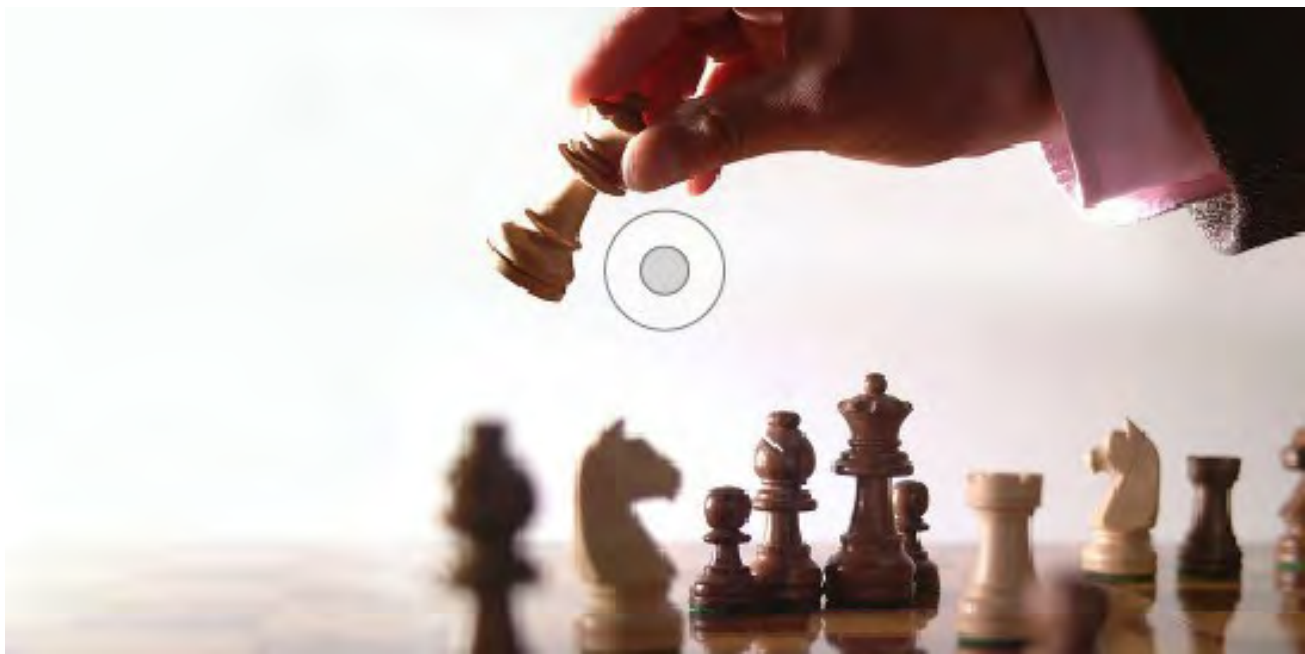
当然，由于对方本身在这些点上的薄弱或空白，要实现这种目标可能相对较为容易。这样，即使企业不能在关键技术点上给对方的产品造成威胁，但由于在这些“次要”而“必要”的技术点上拥有专利优

势，同样可以达到威胁对方市场的目标。值得注意的是，这些“次要”点的“必要”性可能会随着技术和市场的发展而失去，企业在选择时要结合技术和市场的预期，选择在较长的时期内具有“必要”性的技术点，并根据技术和市场发展的变化，及时调整其挖掘点的选择。

在产品角度上，对于存在多元化产品的竞争对手而言，其可能在某类产品上拥有着技术、专利和市场优势，但同时另一类产品保持着极大的兴趣和关注，而这类产品很有可能成为其未来的主要利润贡献点。虽然在面临着对方在前一类优势产品上的专利威胁，但企业如果在后一类产品上自身具有技术和研发优势，则可以通过在这些产品上积极进行专利挖掘、获取高质量的专利组合来狙击对方的新产品规划，迫使对方和企业在前一类产品的专利上达成和解，从而为企业的

该产品赢得市场空间。

在市场地域角度上，如果企业能够在其专利布局较为薄弱且是市场重要程度较高区域，形成其专利优势，产生威胁，同样可以为企业在对方的专利优势市场区域赢得空间。尤其是一些新兴市场潜力巨大，但竞争对手在这些区域专利布局上不如一些传统市场那么完善，这就为企业建立高威胁度的专利组合提供了较大的空间。



移动互联网领域专利申请规则探秘



移动互联网市场是产业进程中一块巨大的蛋糕，在众多产业巨擘对其奋力争夺和布局的过程中，抢占先机迅速申请移动互联网相关专利技术无疑是最为重要的战略之一。今天我们要来初步整理一下移动互联网领域专利申请的法律规则。

申请移动互联网领域专利注意要点：

1、关于公序良俗。专利法第5条：“对违反法律、社会公德或者妨害公共利益的发明创造，不授予专利权”

2、关于专利法保护客体。专利法第25条：智力活动的规则和方法不授予专利权。

3、不属于技术方案。专利法第2条。

哪些移动互联网领域的发明明显被专利法第25条排除在外：

- (1) 计算机程序本身
- (2) 完全通过计算机程序来限定的程序载体
- (3) 数学算法或者数学计算规则本身（包括对它们的改进哦）
- (4) 电子游戏的规则和方法
- (5) 纯纯的商业方法

上述三个条款几乎是构成移动互联网产品申请专利的主要障碍，至于最常见也争议比较大的商业方法类的专利申请，专利法虽并未明文规定不授予专利权，但大多数此类申请都因其实质为智力活动规则而被专利法第25条拒之门外。

图解审查移动互联网领域专利申请的客体判断

移动互联网领域专利申请武林秘籍

为了规避上述条款从而获得授权或者获得更宽泛的保护范围，在移动互联网领域的专利申请中出现了几种权利要求撰写方式，例如：

(1) 撰写包含功能性限定的权利要求（获得更宽的范围或者为了更清晰的表述）

(2) 将虚拟装置和实体装置分开进行撰写的权利要求（避免由于软硬结合或虚实结合而不清楚的情况）

(3) 按照单侧进行撰写的权利要求（获得更宽的范围，并避免后期侵权诉讼时找不到对应物的情况，在例如APP和执行环境分离的互联网领域尤其重要）

(4) 撰写与方法完全对应一

致的装置即虚拟装置的权利要求（避免计算机程序本身无法授权的情况，并弥补方法权利要求在侵权诉讼中的缺陷）

要想将这些撰写方法应用的如鱼得水，就必须全面考虑申请、审查以及后续争议过程中可能遇到的各类情况，下面小e帮助大家总结一下移动互联网领域专利所涉及的法律法规和司法解释的相关规定：

涉及智力活动的规则和方法条款规定：

专利法第二十五条——不予授权的客体

专利审查指南第二部分第一章4.2 定义、审查规则及示例

专利审查指南第二部分第九章2 撰写要求

涉及功能性限定的条款规定：

专利审查指南第二部分第二章

2.1.3 解释“能够实现”的含义

以下各种情况由于缺乏解决技术问题的技术手段而被认为无法实现：

(1) 说明书中只给出任务和/或设想，或者只表明一种愿望和/或结果，而未给出任何使所属技术领域的技术人员能够实施的技术手

段：

专利审查指南第二部分第二章
3.2.1

通常，对产品权利要求来说，应当尽量避免使用功能或者效果特征来限定发明。只有在……无法用结构特征来限定，或者……用功能或效果特征来限定更为恰当，而且该功能或者效果能通过说明书……直接和肯定地验证的情况下，使用功能或者效果特征来限定发明才可能是允许的。

对于权利要求中所包含的功能性限定的技术特征，应当理解为覆盖了所有能够实现所述功能的实施方式。……

纯功能性的权利要求得不到说明书的支持，因而也是不允许的。

涉及计算机程序的发明专利申请的条款规定：

1、按照软件硬件结合撰写的

权利要求

专利审查指南第二部分第九章
5.2

涉及计算机程序的发明专利申请的权利要求可以写成一种方法权利要求，也可以写成一种实体装置权利要求。如果写成实体装置权利要求，应当具体描述该装置的各个组成部分及其各组成部分之间的关系，并详细描述计算机程序各项功能是由哪些组成部分完成以及如何完成这些功能。

即，实体装置包括各个实体部分，每个实体部分采用功能性限定。
例如：

一种用户设备，包括：
发射天线，……；
CPU，……

2、撰写与方法完全对应一致的装置权利要求（虚拟装置）

专利审查指南第二部分第九章

第 5.2 节

如果全部以计算机程序流程为依据，……，撰写装置权利要求，即这种装置权利要求中的各组成部分与计算机程序流程的各个步骤或者该方法权利要求的各个步骤完全对应一致，则这种装置权利要求的各组成部分应当理解为实现…各步骤所必须建立的功能模块，……，而不能理解为通过硬件方式实现的实体装置。

例如：

一种用户设备，包括：
发射单元，……；
数据处理单元，……



微软发起反垄断诉讼拒绝支付手机专利费

文 / 书聿

微软周四向美国特拉华州威尔明顿市联邦法院提起诉讼，指控 InterDigital 违反承诺，没有以公平合理的价格向其授权基础手机技术专利。

美国国际贸易委员会 (ITC) 则计划于下周对一场长期纠纷做出裁决，在该纠纷中，InterDigital 希望向微软生产的诺基亚手机收取专利费。

一位美国贸易法官今年4月在华盛顿说，微软不愿向 InterDigital 支付标准化技术专利费。而在最新的诉讼中，微软认为真正在此事中违规的是 InterDigital。

微软在起诉书中表示，该公司希望阻止 InterDigital 滥用授权行为，以及在 3G 和 4G 蜂窝网络技术领域的非法垄断地位。该公司表示，InterDigital 获取和利用了自身在技术方面的垄断地位，而这些技术都是生产 3G 和 4G 蜂窝网络设备所必须的。

上述贸易官司最早于 2007 年 8 月提交，当时诺基亚尚未出售给微软。尽管 ITC 的主要权限是禁止将侵权产品进口到美国，但 InterDigital 表示，该公司的主要

目的是希望与对方达成授权协议。

微软则对此提出强烈抗议。除了以 ITC 的官司相威胁外，InterDigital 还试图强推一项覆盖其所有专利的高价授权协议。

创建标准

很多企业都会就某项技术共同创建一套标准，并承诺以合理的条款对外授权相关专利，这样一来，便可确保自家发明能够包含在行业标准中。

虽然行业标准设定委员会之前曾经承诺，将允许业内企业自行解决专利纠纷，但这一问题目前已经演变成了政策争论，而且已经横跨 3 个大陆，涉及法院、监管机构 and 标准委员会。

今年 7 月 30 日，美国上诉法院裁决微软在与摩托罗拉移动的纠纷中胜诉。法院认定摩托罗拉移动因为向微软索要了过高的授权费而违背承诺。此事进一步增强了微软

的信心。

合理条款

美国贸易法官西奥多埃·埃塞克斯 (Theodore Essex) 今年 4 月发现，InterDigital 已经履行承诺，希望通过合理条款向微软授权该公司的技术，但微软却不愿与之谈判。ITC 将会对埃塞克斯的发现展开全员投票，并计划于 8 月 28 日公布最终决定。

美国联邦贸易委员会 (FTC) 成员则持有不同观点，该委员会主席艾迪斯·拉米瑞兹 (Edith Ramirez) 认为 Essex 的分析有误，而美国共和党议员毛林·奥尔豪森 (Maureen Ohlhausen) 和约书亚·怀特 (Joshua Wright) 都支持这一判决。



科技型中小企业专利权质押贷款模式初探

文 / 刘建志

科技型中小企业专利权质押贷款工作，是近年来知识产权运用的新探索，也是业界内外关注的热点之一。此项工作，是本着市场运作、政策引导、风险化解、专业服务的原则，需要专利机构、担保公司、保险公司、商业银行及保险经纪机构等共同努力来做的一项工作。它需要完全按市场化的规律来运行，利用市场的手段化解“融资难”瓶颈，利用政策引导解决“融资贵”的问题，利用专业化的中介机构实现高效率的服务。

破解融资难题

中小企业尤其是科技型中小企业融资难、融资贵是一个普遍存在的难题。科技型中小企业一般都是依托知识产权建立和成长起来的，资金缺乏几乎是普遍现象。中小企业往往拥有相当数量与质量的知识产权，这是可以进行融资的宝贵财富。但是，只有在有效解决了专利权质押贷款中存在的风险大、评估难等难题后，专利权质押贷款业务才能走上健康发展的轨道。

近年来，致力于开展知识产权质押融资的许多地区，为了解决融资难问题出台了许多政策和举措，进行了有益的尝试。从中不难发现，要解决中小企业融资难问题，必须从根源上分析知识产权质押贷款风险大产生的真实原因。笔者认为，

在国内许多地区开展知识产权质押融资工作中，要厘清难点和症结所在，才容易对症下药。

企业发展需要资金，由市场化的金融机构提供资金支持，这是应有的市场化的融资服务。专利权及知识产权质押贷款，其实也正是知识产权运用及其价值体现的一个方面。

化解融资风险

在专利权质押贷款中，有人认为科技型中小企业因为轻资产，存在还款能力较差的现实风险。但事实上，因为科技型中小企业是依靠专利起家，其自身发展的特点决定了其具有较强的还款意愿，从而降低了专利权质押贷款的风险。

同时，知识产权具有的法律性、技术性等多重价值，使专利权评估对于专业人才的要求更高。目前，一般情况下，商业银行在评价科技型中小企业质押贷款时，其方法与传统的商业贷款不同，放贷银行并不关注直接的无形资产评估价值，其所需的对价要求仅仅是本息的到期返还。因此，笔者认为，对知识产权的评估方法，应从多方面予以完善，使其在解决知识产权质押贷款难的瓶颈时，发挥出更大、更积极的作用。

不管是贷款还是融资，从运行机制、管理机制、评估机制等方面

努力完善措施，做足功课，才能有效化解中小企业知识产权质押融资的风险。

一般情况下，担保公司、保险公司及商业银行很难了解所要质押的专利的情况。利用市场化专业的知识产权咨询机构对拟质押的专利权进行法律性、技术性、经济性的评价，可以充分满足银行等金融机构对质押贷款的信息的需要。

而需要贷款的科技型中小企业对保险概念及流程缺乏了解和认识，无法在专利权持押贷款过程中提出专业的保险诉求，利用专业的保险经纪公司即可很好地解决此类问题。保险经纪公司可以围绕专利权质押贷款保险方案设计、投保和索赔方案，为投保贷款的企业提供培训等咨询服务，解决科技型中小企业专业人才不足带来的问题。不管是知识产权咨询机构还是保险公司及保险经纪公司，都是市场服务的有机组成部分，其作用的发挥足以保障用市场手段来解决贷款难的市场化问题。由此，市场化的瓶颈问题“融资难”在市场条件下得以解决，其风险不再是传统的转移模式，而是得以化解。因为承担和消除风险正是保险机构存在的前提条件，没有风险，市场上也就没有保险服务。

对于“融资贵”的问题，除了

相关机构之间的协作，还需要有关部门发挥引导作用，以更加完善和务实的政策举措来进行科学引导，通过对贷款利息、保险费、担保费、评价费等调整，降低科技型中小企业的融资成本。在已经开展专利权质押融资保证保险业务探索的青岛市，通过三年递减的方式为投保企业提供保费支持，三年的支持比例分别是80%、60%、40%，通过这样的政策支持与引导，使中小企业走上了健康的市场化融资的道路。同时，通过购买专利质押保险来获得贷款，弥补了科技型中小企业因轻资产信用低的不足，无需再寻求高息担保，合理的保费也降低了企业贷款的费用支出。应该说，是解决中小企业融资难、融资贵问题的一条出路。

建立融资体系

专利质押贷款保险是立足于风险化解、通过市场化的保险手段来为专利权质押提供贷款服务。其风险化解的工作体系分别是由推荐准入机制、专利评价机制、担保尽职调查机制、保险保前勘察机制及银行贷前审查机制构成，各机制独立审核，一票否决，又有机合作，共同为中小企业专利权质押贷款的风险化解发挥作用。根据已经开展科技型中小企业知识产权质押融资工作的青岛市等地方的成功做法来看，做好科技型中小企业知识产权质押融资工作需要建立相应的工作体系和工作机制，主要包括以下几

个方面。

需要推荐准入机制，加强风险防控。为了更好地整合政策优势，有针对性地对中小企业实施扶持，加强各级管理部门的信息共享，随时掌握中小企业的第一手资料，尤其是加强对相关中小企业的风险控制，采取由知识产权主管部门推荐制度，理顺了工作程序，强化了管理能力，扩大了信息的补充渠道和丰富了风险把控手段。

专利机构进行专利评价，保证专利质量。采取由认定的知识产权咨询机构对拟质押专利进行评价，既满足了银行、保险、担保等金融服务机构的工作需求，降低了企业的融资成本，还可以引导知识产权咨询机构从传统的代理服务深入到知识产权运营工作中。同时，分析评价结果还起到了为贷款企业的专利质量提供客观借鉴的边际效益。

担保公司尽职调查，客观考察企业管理水平。担保公司的参与不但分担了银行的贷款风险，为质押保险贷款对有关企业进行尽职调查评价，专业且多维度的工作，提供了相关中小企业知识产权能力、制度建设、专业人才等相关信息。担保公司还承担了在企业不能按时偿还到期贷款时垫付银行全额贷款本金和利息的义务，彻底解决了因为企业逾期未偿还贷款引起的银行的贷款逾期与保险公司履行赔付责任滞后的矛盾。

保险公司保前勘察，发现企业潜在风险。保险公司承担了贷款风险的60%，极大地降低了银行的风险压力，不仅用市场化机制化解了风险，使市场化的问题得以用市场化的手段来解决，而且还从其对风险专业的认识上为质押贷款提供了不同的经验判断和标准参照，更加丰富了对放款的风险掌控。实现了用保险撬动贷款的作用，为开展科技型中小企业知识产权质押融资工作提供了强有力的保障和支撑。

商业银行贷前审查，确保资金使用安全。商业银行为科技型中小企业提供知识产权质押贷款服务，不仅仅为企业的扩大再生产保障了流动资金的供给，而且从金融服务的角度对科技型中小企业的财务预算、资金使用、企业资信以及经营管理提供了实践性的监督，为科技型中小企业的健康发展奠定了基础。

保险经纪服务，专业协调确保高效。保险经纪公司丰富了市场化的专业咨询服务，减少了保险公司的前期市场培育负担，以第三方机构提供的专业服务，增强了保险贷款工作的客观性和公信力，以咨询培训服务弥补了科技型中小企业专业人才短缺、管理制度不健全带来的不足，确保企业有效配合，从而可以保障整个中小企业专利权质押融资工作的高效运行，健康发展。

企业如何做好专利布局

文 / 李伟

专利布局是企业专利工作的重心。随着我国创新驱动发展战略的不断推进，专利布局的“土壤”也越来越肥沃。但从现状来看，很多企业所谓的专利布局仅仅是很简单地由研发部门按照自己的理解提出一些想法，专利工程师将之委托给专利代理机构，后者完成专利申请的撰写并提交。

在这一过程中，专利工程师并没有系统地从专利布局的角度来思考问题，导致企业虽然拥有很多专利，但没有形成系统的专利保护能力，整体的专利质量并没有得到很好地提升。所以，如何系统地开展专利布局工作，将好的想法转化为系统的专利保护网络，这是专利工程师需要重点思考的问题。

笔者认为，企业要做好专利布局应当着重考虑以下几个方面的问题。首先是保护方式。在企业中，知识产权主要体现在专利、商标、版权和域名等方面，而在技术及产品开发阶段，主要以专利和商业秘密居多。一般而言，对于那些容易被破解、仿冒的技术，适合通过提交专利申请来保护，但是对于一些不容易被破解，并且即使被侵权也很难获得侵权证据的技术而言，则适合用商业秘密来保护。当然，在具体操作中，专利和商业秘密并不是二选一的关系，一些技术可能是通过两种方式结合起来的方式实现保护。比如，在实现原理可以通

过专利进行保护，但是对于一些参数、配方则可以采用商业秘密的方式来保护。

其次是基于产业链进行布局。企业在提交专利申请时，传统的做法是一个技术点提交一件专利申请。但是在专利的具体运用中，通常的情况是该专利对于产业链中的各个厂商的影响都不尽相同。因此如果发现某一专利非常重要，而且未来被侵权的可能性较高，那么企业在进行专利布局时，就不能仅仅根据技术点来进行布局，而更多地是要根据产业链各个厂商的具体情况来布局专利，以确保相关专利覆盖到产业链各相关厂商。这样企业在进行维权时，就可以根据产业链中不同厂商的不同情况，利用不同的专利进行维权。同时，基于产业链进行专利布局，可以确保将来在进行专利许可时根据产业链中厂商的具体情况，提出不同的专利组合方案。

再次，基于技术体系进行布局。如果某一技术点较为优良，那么在构建专利防护体系的时候，就不能仅仅基于该技术点进行布局，而需要进一步启发研发人员和专利工程师，从该技术对系统其他方面产生的影响来展开布局，以确保成功构建围绕该技术点的整体专利保护网络。例如，如果在手机终端上使用了某一复用技术，那么在进行专利布局时，一方面要考虑网络接收终

端是否应该具有解复用技术，另一方面要考虑复用技术的运用是否会对数据传输有新的要求等等。

第四，基于地域进行布局。专利保护具有地域性。企业在进行专利布局时，除在中国进行专利布局外，还需要综合多种因素，考虑在其他国家或地区的专利布局。需要考虑的因素主要有以下几点：一是专利保护力度。一般而言，专利保护水平可以划分以下几个层次。第一层是欧洲、美国、日本等国家和地区，这些国家专利制度较为完善，并且科技发展水平较高，专利执法能力较强。第二层次是巴西、印度、俄罗斯、墨西哥等国家。第三层次是其他发展中国家。二是本公司产品制造销售地。为了更好地保护公司产品的生产和销售，生产和销售地一定是专利布局的重点。三是主要竞争对手及合作伙伴分布地。基于竞争和合作的关系，在竞争对手或合作伙伴涉及的地域，需要重点进行专利布局。

总之，企业专利工作者除了需要充分掌握专利知识外，还需要了解企业的技术特点、产品制造、市场策略等，这样从多个层面进行专利布局，构建专利保护网络，才会从整体上提升企业专利布局质量，进而提升企业的专利实力。

电梯咬人 专利拔牙

文 / 赵建国

7月26日上午，在湖北省荆州市某百货商场内，一位妈妈带着儿子搭乘商场内手扶电梯上楼时，遭遇故障，掉落进扶梯内。在危险关头，她将儿子推出了险境，自己却被电梯无情吞没了。7月27日晚，荆州市召开新闻发布会，为此事定论，该事故属于安全生产责任事故。

回顾近年来，全国各地诸如此类的电梯安全事故频发，均造成了不同程度的惨剧。在笔者看来，这类事故的发生往往是随着市场的无序发展而出现的。市场的发展呼唤创新驱动，创新的标准则是质量为先，而质量的标准需要依靠创新与自主知识产权技术来保障。由此，唯有加装技术创新的“保险锁”，才能杜绝质量事故的“悲情剧”。

以这次涉事的电梯业为例。近10年来，我国电梯行业保持着高速增长，大量企业涌入该市场，市场规模不断扩大，发展到400多家生产厂家、300多家维保公司。市场急剧膨胀的结果直接导致的是产能过剩，供大于求。电梯制造公司、维保公司规模大小不一，质量参差不齐，为了生存竞相压价，导致市场恶性竞争，带来的最终结果便是电梯质量的下降和安全隐患的增加。所以如何增强电梯制造与维护企业的安全性、有效性、可靠性、便捷性，提高科技创新能力和创新

监管方式显得尤为重要。

创新驱动，质量为先。中国电梯协会数据显示，在过去的10年中，中国的电梯需求增长了2倍。美国奥的斯、瑞士迅达、芬兰通力、德国蒂森克虏伯、日本三菱等国外电梯品牌用最好的设备和先进的技术，占据了我国80%的市场份额。在这样残酷竞争之下，国产电梯企业想要不被市场所淘汰，只有大力创新，才是立足之本。企业要把更多的创新关注在产品细节方面，坚持在技术上的不断精进，才能保证企业突出重围，重获新生。

质量的保障离不开完善的监管制度。2014年1月1日，《中华人民共和国特种设备安全法》开始正式施行，提出要“一条龙”服务，把电梯制造、安装、维修3个环节的质量责任全部落实在电梯生产企业，并将电梯大修、改造的质量责任也置于电梯生产企业的有效控制之下。显然，新法的出台，从电梯制造到安装再到保养各个方面都对企业的技术和服务能力提出了考验。这种考验是让企业依靠技术研发突破自我的“加速器”，通过以科技创新的手段，为公众提供更多的安全保障。

电梯关乎公众生命安全，电梯的监管者、生产者、维修者和使用者如何让悲剧不再重演，或许是每

一方都应深思与探讨的问题。（中国知识产权报 六月）

专利视角关注电梯安全

如何让电梯不再伤人？从专利视角关注电梯安全问题

中国知识产权报

电梯出现在人们工作、生活场合的概率之高，使得电梯安全越发不容忽视。为了一探究竟，笔者以苏州申龙电梯股份有限公司（下称申龙公司）为入口，分析了电梯安全控制领域国内外专利申请状况，试图寻找电梯行业发展中潜在的问题，并提出一些建议以期为行业发展提供参考。

电梯安全受关注

电梯在类型上主要分为民用的一般升降机（即直梯）和自动扶梯，此外还包括一些其他特殊应用领域的升降机，如矿井、建筑用梯等。从技术构成上，电梯技术涉及机械系统和相应的电气控制系统，而安全控制技术则是电气控制系统中的一个重要组成部分。电梯主要通过机械结构和电气控制的改进来实现安全稳定的运行，利用安全装置检测故障并纠正错误，尤其是保证乘梯人员和维保人员的安全，在面对紧急、意外事件时采取相应的保护措施等。

笔者经过在中国专利检索系统文摘数据库(CPRSABS)中检索发现，



截至2015年7月30日，申龙公司共在中国提交了103件专利申请，其中发明专利申请37件，实用新型专利申请66件。申龙公司涉及各类电梯安全控制技术的专利申请为11件，占该公司自动扶梯领域全部专利申请的11%。

《湖北安良“7·26”电梯安全生产一般事故技术调查报告》中指出，“申龙公司该类型产品涉及的盖板结构设计不合理，容易导致松动和翘起，安全防护措施考虑不足”。事故技术调查组专家指出，事故电梯的驱动站内未设保护装置，未能有效避免盖板发生翻转，且乘梯人坠入后电梯无法及时自动停止。

然而，从专利的角度看，我国多家电梯生产企业均提交了关于电梯紧急制动保护技术的专利申请。如名为“一种扶梯的梯级断裂保护装置”“自动扶梯的梯级塌陷保护装置”等。申龙公司也拥有一件名为“自动扶梯转向端内外盖板支架”

的关于盖板结构设计的专利。

专利对比见分晓

如今，我国已经成为全球最大的电梯消费国，国际电梯业巨头早已开始抢占中国电梯市场。笔者对相关领域申请人进行分析发现，欧、美、日等国家和地区在电梯技术领域具有较强的技术实力，一些国际巨头也在中国进行了大规模的专利布局。

笔者检索发现，三菱电机株式会社、东芝电梯株式会社、株式会社日立制作所3家日企在中国提交的电梯领域专利申请分别为1490件、1016件和1373件。其中涉及电梯安全控制技术的专利申请分别为612件、565件和372件，占比分别为41.1%、55.6%和27.1%。此外，欧美的代表性企业有美国西子奥的斯、瑞典因温特奥、芬兰通力公司，它们分别向中国提交了1006件、653件和590件专利申请。其中涉及电梯安全控制技术的专利申请分别为300件、244件和297

件，占比分别为29.8%、37.3%和50.3%。

经过分析不难发现，尽管申龙公司具备一定的技术研发能力，每年都会提交一定数量的专利申请，但相比同行业的国际企业，其在专利申请数量上还存在明显差距，研发实力较弱。值得注意的是，申龙公司在电梯安全控制技术的研发投入相对薄弱，如涉及扶梯安全的专利申请仅占其扶梯领域申请的11%，而三菱电机等国外企业在这方面的占比约为30%至50%。这一数据的对比足以说明国外企业更加重视面向终端消费者的电梯产品安全技术的研发。

再来关注国内其他电梯企业在中国的专利申请情况。如右图所示，江南嘉捷、苏州康力、苏州新达等我国自主品牌企业也提交了相当数量的专利申请。合资企业如上海三菱、广州日立等也拥有一定数量的专利申请。江南嘉捷、苏州康力、苏州新达、上海三菱、广州日立这

5家公司在电梯领域的累计专利申请量分别为656件、525件、325件、229件和211件，涉及电梯安全控制技术的专利申请量分别为201件、156件、90件、70件和65件，占比分别为30.6%、29.7%、27.7%、30.6%、30.8%。

技术创新需加强

通过上述数据可见，一方面，国内不乏技术研发实力较强的电梯企业，专利申请总量百件以上的企业共有8家，但整体而言与国外企业还有较大差距；另一方面，安全控制技术所占比例一般在30%左右，普遍低于欧、美、日等国的国外企业。这表明国内企业对电梯安全技术的重视程度还需进一步提高。

而申龙公司安全控制技术的专利申请所占比例仍低于国内平均值，明显弱于江南嘉捷、苏州康力等公司。笔者认为，如果一家企业在安全技术上没有较强的研发能力和自主知识产权，那么在实际生产过程中，其或者无法使自己的产品具有相应的安全保护功能，或者选择通过支付一定费用来获得具有相应专利技术的其他公司的许可，而出于经济效益的考虑，这样做无疑

会增加企业的成本。所以不难推断，在安全控制技术上是否具有较强的研发能力和自主知识产权，与该公司的产品是否具有较好的安全性能密切相关。事实也证明，在此次事故之前，申龙公司的产品已在全国多地的电梯安全事故中被多次曝光。

我国《特种设备安全监察条例》明确指出，“对于电梯等涉及生命安全，危险性较大的特种设备，生产使用单位应当建立健全安全管理制度，并且应当对本单位的设备安全全面负责”。或许，国内电梯企业很难在短时间内赶超国际电梯巨头的实力，但至少在技术层面可以加大对电梯安全装置和安全控制的研发力度，提高安全生产意识，确保产品运行中的惨剧不再发生，同时提高技术成果产品化和产业化的能力，为老百姓搭乘电梯增加一份技术保障。（康健）

惨剧倒逼技术创新

多起电梯安全事故引爆安全技术改进竞争模式

中国网

电梯吃人事件的持续发酵也引发了人们对电梯安全的更多关注和

思考，多次发生的电梯吃人事件暴露出电梯的设计缺陷。电梯专利技术的拥有量也体现了电梯厂家的技术实力和保障，因此部分电梯厂家为了避免事件对自身品牌的影响，纷纷打出了晒电梯专利技术的竞争牌，以此展现自家的技术实力和保障。

不仅是电梯厂家提高了对技术研发和改进的关注，一些民间从事技术工程的热心人士也开始关注电梯安全的技术改进问题，日前昆明的谭先生向记者表示，自从他关注电梯安全事故以来就开始研究电梯的设计细节，并已提出了多项电梯安全改进措施，向国家专利局提出了专利申请，其中涉及到防止电梯检修井盖吃人的技术改进，防止电梯倒转和写字楼、住宅井式电梯夹人技术的改进，他希望在将来不要再看到电梯吃人的惨剧发生。

经历了多次血淋淋的电梯夹人事件，我们也希望电梯厂商能更多的从质量把控、技术改进和严格的维护管理出发，切实提高电梯的安全级别和质量，避免悲剧重演。



科技型中小企业专利权质押贷款 模式初探

文 / 刘建志

科技型中小企业专利权质押贷款工作，是近年来知识产权运用的新探索，也是业界内外关注的热点之一。此项工作，是本着市场运作、政策引导、风险化解、专业服务的原则，需要专利机构、担保公司、保险公司、商业银行及保险经纪机构等共同努力来做的一项工作。它需要完全按市场化的规律来运行，利用市场的手段化解“融资难”瓶颈，利用政策引导解决“融资贵”的问题，利用专业化的中介机构实现高效率的服务。

破解融资难题

中小企业尤其是科技型中小企业融资难、融资贵是一个普遍存在的难题。科技型中小企业一般都是依托知识产权建立和成长起来的，资金缺乏几乎是普遍现象。中小企业往往拥有相当数量与质量的知识产权，这是可以进行融资的宝贵财富。但是，只有在有效解决了专利权质押贷款中存在的风险大、评估难等难题后，专利权质押贷款业务才能走上健康发展的轨道。

近年来，致力于开展知识产权质押融资的许多地区，为了解决融资难问题出台了许多政策和举措，进行了有益的尝试。从中不难发现，要解决中小企业融资难问题，必须从根源上分析知识产权质押贷款风险大产生的真实原因。笔者认为，在国内许多地区开展知识产权质押

融资工作中，要厘清难点和症结所在，才容易对症下药。

企业发展需要资金，由市场化的金融机构提供资金支持，这是应有的市场化的融资服务。专利权及知识产权质押贷款，其实也正是知识产权运用及其价值体现的一个方面。

化解融资风险

在专利权质押贷款中，有人认为科技型中小企业因为轻资产，存在还款能力较差的现实风险。但事实上，因为科技型中小企业是依靠专利起家，其自身发展的特点决定了其具有较强的还款意愿，从而降低了专利权质押贷款的风险。

同时，知识产权具有的法律性、技术性等多重价值，使专利权评估对于专业人才的要求更高。目前，一般情况下，商业银行在评价科技型中小企业质押贷款时，其方法与传统的商业贷款不同，放贷银行并不关注直接的无形资产评估价值，其所需的对价要求仅仅是本息的到期返还。因此，笔者认为，对知识产权的评估方法，应从多方面予以完善，使其在解决知识产权质押贷款难的瓶颈时，发挥出更大、更积极的作用。

不管是贷款还是融资，从运行机制、管理机制、评估机制等方面努力完善措施，做足功课，才能有化解决中小企业知识产权质押融资

的风险。

一般情况下，担保公司、保险公司及商业银行很难了解所要质押的专利的情况。利用市场化专业的知识产权咨询机构对拟质押的专利权进行法律性、技术性、经济性的评价，可以充分满足银行等金融机构对质押贷款的信息的需要。

而需要贷款的科技型中小企业对保险概念及流程缺乏了解和认识，无法在专利权持押贷款过程中提出专业的保险诉求，利用专业的保险经纪公司即可很好地解决此类问题。保险经纪公司可以围绕专利权质押贷款保险方案设计、投保和索赔方案，为投保贷款的企业提供培训等咨询服务，解决科技型中小企业专业人才不足带来的问题。不管是知识产权咨询机构还是保险公司及保险经纪公司，都是市场服务的有机组成部分，其作用的发挥足以保障用市场手段来解决贷款难的市场化问题。由此，市场化的瓶颈问题“融资难”在市场条件下得以解决，其风险不再是传统的转移模式，而是得以化解。因为承担和消除风险正是保险机构存在的前提条件，没有风险，市场上也就没有保险服务。

对于“融资贵”的问题，除了相关机构之间的协作，还需要有关部门发挥引导作用，以更加完善和务实的政策举措来进行科学引导，



通过对贷款利息、保险费、担保费、评价费等调整，降低科技型中小企业的融资成本。在已经开展专利权质押融资保证保险业务探索的青岛市，通过三年递减的方式为投保企业提供保费支持，三年的支持比例分别是80%、60%、40%，通过这样的政策支持与引导，使中小企业走上了健康的市场化融资的道路。同时，通过购买专利质押保险来获得贷款，弥补了科技型中小企业因轻资产信用低的不足，无需再寻求高息担保，合理的保费也降低了企业贷款的费用支出。应该说，是解决中小企业融资难、融资贵问题的一条出路。

建立融资体系

专利质押贷款保险是立足于风险化解、通过市场化的保险手段来为专利权质押提供贷款服务。其风险化解的工作体系分别是由推荐准入机制、专利评价机制、担保尽职调查机制、保险保前勘察机制及银行贷前审查机制构成，各机制独立审核，一票否决，又有机合作，共同为中小企业专利权质押贷款的风险化解发挥作用。根据已经开展科技型中小企业知识产权质押融资工作的青岛市等地方的成功做法来看，做好科技型中小企业知识产权质押融资工作需要建立相应的工作体系和工作机制，主要包括以下几个方面。

需要推荐准入机制，加强风险

防控。为了更好地整合政策优势，有针对性地对中小企业实施扶持，加强各级管理部门的信息共享，随时掌握中小企业的第一手资料，尤其是加强对相关中小企业的风险控制，采取由知识产权主管部门推荐制度，理顺了工作程序，强化了管理能力，扩大了信息的补充渠道和丰富了风险把控手段。

专利机构进行专利评价，保证专利质量。采取由认定的知识产权咨询机构进行对拟质押专利进行评价，既满足了银行、保险、担保等金融服务机构的工作需求，降低了企业的融资成本，还可以引导知识产权咨询机构从传统的代理服务深入到知识产权运营工作中。同时，分析评价结果还起到了为贷款企业的专利质量提供客观借鉴的边际效益。

担保公司尽职调查，客观考察企业管理水平。担保公司的参与不但分担了银行的贷款风险，为质押贷款对有关企业进行尽职调查评价，专业且多维度的工作，提供了相关中小企业知识产权能力、制度建设、专业人才等相关信息。担保公司还承担了在企业不能按时偿还到期贷款时垫付银行全额贷款本金和利息的义务，彻底解决了因为企业逾期未偿还贷款引起的银行的贷款逾期与保险公司履行赔付责任滞后的矛盾。

保险公司保前勘察，发现企业

潜在风险。保险公司承担了贷款风险的60%，极大地降低了银行的风险压力，不仅用市场化机制化解了风险，使市场化的问题得以用市场化的手段来解决，而且还从其对风险专业的认识上为质押贷款提供了不同的经验判断和标准参照，更加丰富了对放款的风险掌控。实现了用保险撬动贷款的作用，为开展科技型中小企业知识产权质押融资工作提供了强有力的保障和支撑。

商业银行贷前审查，确保资金使用安全。商业银行为科技型中小企业提供知识产权质押贷款服务，不仅仅为企业的扩大再生产保障了流动资金的供给，而且从金融服务的角度对科技型中小企业的财务预算、资金使用、企业资信以及经营管理提供了实践性的监督，为科技型中小企业的健康发展奠定了基础。

保险经纪服务，专业协调确保高效。保险经纪公司丰富了市场化的专业咨询服务，减少了保险公司的前期市场培育负担，以第三方机构提供的专业服务，增强了保险贷款工作的客观性和公信力，以咨询培训服务弥补了科技型中小企业专业人才短缺、管理制度不健全带来的不足，确保企业有效配合，从而可以保障整个中小企业专利权质押融资工作的高效运行，健康发展。

史上最完整的 专利信息数据库网址大全

国内篇：

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

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

国外篇:

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

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

只能显示 200 条，显示基本著录项，安装插件才能看 tiff 全文。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

75. 瑞典检索系统：<http://www.prv.se/>。

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

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

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

无法查全库数据, 显示著录项信息, 可下载 PDF 全文。

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

品源管理咨询公司官网正式上线

经过一段时间的筹备，北京品源知识产权管理咨询公司官方网站正式上线，域名为：www.boip.cn，此网站的建立进一步完善了品源全方位、一站式服务的平台。品源知识产权管理咨询公司将与品源知识产权代理有限公司、品源专利代理有限公司、品源律师事务所、品知网络技术有限公司、品源知识产权运营公司、中衡国泰资产评估公司形成完整的知识产权服务产业链。

品源知识产权管理咨询公司站在企业市场、经营管理的角度，以促进专利信息的有效利用，提升企业的科技创新能力和知识产权战略管理水平为目标，致力于对世界专利信息及科技文献进行检索和加工，为社会各界提供全方位、专业化的知识产权战略分析、侵权分析、专利预警咨询和知识产权管理咨询等高端信息服务，为企业知识产权管理提供全套解决方案。

品源知识产权管理咨询公司网站上线，使品源为客户提供线上和线下专业服务更为便捷；进一步提升了公司形象和品牌实力，对公司的网络化推广进程有着重要的推动作用。



管理咨询公司微信公众平台

网址：www.boip.cn

品源受邀参加第六次中日外观设计制度研讨会

近日，品源受邀参加由中华全国专利代理人协会、日本贸易振兴机构联合主办的第六次中日外观设计制度研讨会。品源合伙人吕琳老师出席此次会议。

会上，中方专利审查员、法官与日方外观设计审查代表分别就中国外观设计专利申请及审查总体情况、外观设计初步审查、实体判断中明显区别的认定——关于组合对比的审查和思考、北京知识产权法院的设立与外观设计专利典型案例解析，以及日本判断主体的设定理由、部分外观设计的认定和相似性判断、图形用户界面（GUI）审查中的相似性判断等方面内容，结合具体的案例进行了讨论。

此次研讨会还增加了现场互动环节，吕琳老师与各界专家对外观设计专利新颖性、创造性如何界定，GUI 审查标准认定等问题进行了交流探讨。



品源无锡办足球队正式成立

为丰富公司员工的业余文化生活，增强员工体质、培养员工团结向上、拼搏进取的精神，在公司领导的大力支持下，品源无锡办事处足球队正式成立了。

7月4日，品源足球队在惠山区堰桥中学进行了一场足球友谊赛，这次比赛的顺利举行，标志着无锡品源足球队的正式成立。足球队的成立不仅丰富了员工的业余生活，同时也能不断提高队员们的人文素养、身体素质，增强队伍凝聚力，体现了无锡品源团结一致，拼搏向上的斗志和热情。

比赛场上，大家全心投入，相互配合，每一次传球、带球、射门，每一个配合的瞬间都能看到大家精神高度集中的面部表情中所折射出的发自内心的喜悦之情。一场球赛后，大家脸上挂满微笑，身心得到极大放松，今后，公司将把足球作为品源的一项常规业余活动，持续推进。



2015 年品源年中工作会议圆满闭幕

近日，2015 品源年中工作会议在天津分公司召开。本次会议在总结上半年度经营管理情况的基础上，明确了下半年乃至今后一段时间经营管理的工作思路、重点方向及发展规划。2015 上半年，各分公司及办事处紧紧围绕着年初预定的经营目标，为公司实现稳步健康的发展，打下了坚实的基础。

会议中，各分公司及办事处负责人重点汇报 2015 年 1 至 6 月份的业绩指标达成情况，并进一步分析工作中存在的优势与不足，从中解析出下半年的工作思路及方法。同时，各分公司及办事处负责人还就工作方法、团队建设、人员管理等问题进行了交流及经验分享。听取完各分公司及办事处负责人的汇报后，在肯定了所取得的成绩的同时，闵总、胡总分别也对各分公司及办事处日后的工作给予了指导，并指出了下半年及今后一段时间所需努力的方向。

闵总强调在知识产权行业发展到现今这个新的阶段，必须坚持走专业、高端、具有特色的服务路线。同时也要转变工作思路及方法，以应对新的形势。各分公司及办事处也要因地制宜，充分发挥各自的优势功能。在保证生存的基础上，坚持服务大客户的战略，在深度水平上不断提升发展。坚持发展大客户的战略，各分公司及办事处必须坚守持之以恒的信念，坚持诚信、以客户需求为第一的理念。爱护“品源”品牌，并让品牌效力及其凝聚力继续扩大，成为各地家喻户晓的品牌之一。

会议之余，各分公司及办事处负责人也与天津分公司的同事进行了交流、沟通。7 月 11 日，在独具特色的海河畔，品源 2015 年中会议圆满落下帷幕。





品源夏季旅游“清爽一夏行动” 圆满结束

“晒蓝天”成为一种时尚行为，周末来到山水之间也成为现代人的一种时尚生活方式。趁着这股时尚之风，品源人开启此次夏季旅游来到位于密云的雾灵山，这里百花竞相开放，山水相连。品源人即将去享受大山里的“北京蓝”！

中午我们抵达月亮湖度假山庄，吃了一顿纯正的农家饭之后正式开启我们为期两天的“清爽一夏”行动。我们驱车前往雾灵西峰，在这里品源人要挑战的是高山滑水项目，在北京不仅是第一个而且是唯一的高山滑水项目，它不等同于以往的漂流，而是利用山的高度和曲折落差形成滑水道，水流湍急，落差最高达 100 米，充满刺激和挑战。品源小伙伴们无所畏惧、拿着早早准备好的水枪跃跃欲试的要来一场水上大战！小伙伴们坐在皮艇上欢畅淋漓，激越飞扬、湿身又何妨？在落差高的地方感觉要站起来一样，刺激的大叫欢笑！浑身湿透了也浑然不知，大呼过瘾。接着是品源人出游必玩的项目真人 CS，无论男生女生都会成为思维敏捷、行动迅速的狙击手。两场战役之后品源小伙伴们回到度假村，在这里早已为我们准备好了丰富美味的烧烤盛宴，饭后举办了篝火晚会，品源小伙伴们手牵手围着篝火边唱边跳，一起放烟花！轻松、愉快的气氛充满整个度假山庄！

第二天我们来到云岫谷风景区，行走在蜿蜒的山路上，听着哗哗的水声，看着满目的青山绿野，更是心旷神怡，陶醉其中。小伙伴们轻松地走在高低不平的山间小路上，不时要穿过小桥，爬过陡峭的石阶，跳跃于乱石之间。很快就到达山顶，远处山峦叠嶂美景尽收眼底！整个行程就要结束了小伙伴们带着不舍离开了山顶，返回的途中小伙伴们还意犹未尽的讲述高山滑水的刺激、真人 CS 的战术、美味的烧烤盛宴等。让我们期待下一次的完美旅行吧。





信賴意味着責任！



北京总部

地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 6 层，100036

邮箱：info@boip.com.cn; hr@boip.com.cn

电话：010-6337 7188 传真：010-6337 7018