

BEYOND INFORMATION ◆ 专于心 精于业

品源资讯

2020年6月刊 总第48期

季度刊

内部资料 免费交流

Http://www.boip.com.cn | E-mail: info@boip.com.cn

Tel: 010-6337 7188 | Fax: 010-6337 7018

P13

Exclusives 独家观点

从实战案例多角度解读

专利侵权纠纷运作的内在逻辑

P32

权威发布

《民法典》正式诞生

7编 1260条

知识产权相关规定共 52 条

P42

价值千亿的商标 300 多亿收购?

P56

清华大学
Tsinghua University

清华大学对“清华翰亮”
商标无效宣告行政诉讼案



COVER STORY

甘做

知产路上的

铺路石

P08



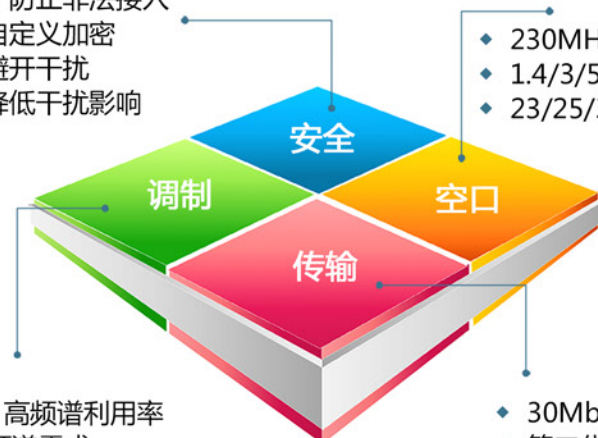
关注有惊喜!



值得信赖的中国芯

核心技术

- ◆ 接入鉴权，防止非法接入
- ◆ 支持用户自定义加密
- ◆ 频段扫描避开干扰
- ◆ 带内跳频降低干扰影响



- ◆ 230MHz~6GHz频段可选
- ◆ 1.4/3/5/10/20M，多种带宽可配
- ◆ 23/25/33dBm发射，功率可调

- ◆ OFDMA，高频谱利用率
- ◆ TDD，低频谱需求
- ◆ 64QAM、16QAM、QPSK
多种码率动态可调

- ◆ 30Mbps最高传输速率
- ◆ 第二代产品支持100Mbps
最高传输速率
- ◆ 支持150km最大传输距离

硬件形态

标准版本



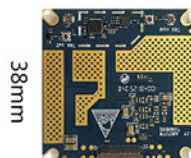
45mm

43.4mm



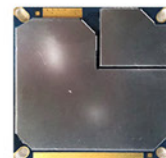
厚度3mm

38板版本



38mm

38mm



厚度3mm

CX6700应用产品

无线Mesh IPC



无线Mesh网桥



无线Mesh手持终端



创新 引领未来

INNOVATION LEADING THE FUTURE



品源企业文化

PHILOSOPHY AND CULTURE

品源使命

让创新更有价值

品源价值观

信赖意味着责任

品源行动纲领

以客户为中心，以奋斗者为本

品源愿景

成为受信赖的
全球知识产权服务商

《品源资讯》总第 48 期

内部资料 免费交流

主办单位：北京品源知识产权代理有限公司

出品方：北京品源知识产权品牌文化部

总经理：闵桂祥

总编辑：李科朝

编辑委员：王俊会

专业顾问：潘 登 蒋一明 陈 浩 殷慎敏 李广洁 王宏涛 巩克栋

朴秀玉 许利波 黄东峰 吕 琳 刘明海 王金华 齐亚莉

独家撰稿：范亚妮 杨 薇 王 静 朱 涛 宋 菲 高 超 朴美花

版式设计：刘 洋

本刊法律顾问：北京市品源律师事务所

商标业务：010-6337 7366 | 专利业务：010-6337 7266 | 咨询业务：010-6337 7488

如需投稿请联系《品源资讯》编辑部

电话：010-6337 7188 / 18630908265

投稿：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

《品源资讯》相关媒体



品源官方微信



品源管理咨询



品源知识产权律师



品源知识产权研究院

元气森林

0糖 0脂 0卡

苏打气泡水



创新改变生活 勇于突破自我

文 / 品源品牌文化部 王俊会

创 新是世界进步的动力。有了创新精神，那么就有了前进的希望。小鸟飞行需要翅膀，世界要进步需要创新，创新就是进步的翅膀。

从前有一种病，只要人得了这种病，便无药可治，只能慢慢地被病魔折磨至死。有一位化学家，他不幸得了这种病，他四处求医，也没有将病治好。有一天，他听说有个村子里有一口能治好这种病的井，只要喝了井中的水，便能治好这种病。化学家喝了水后不久便药到病除了，化学家对井水产生了兴趣，对井水进行了研究，他发现井水中含有一种化学物质——芒硝，对这种病有神奇功效。

中国有句古话，常有所疑，是创新的开端。勇于破疑，是他新的动力，就是说一个人如果能用疑惑的眼光观察周围的现象，就产生去破疑的动力。常年喝井水的村民没有因为井水能治病产生疑问，而化学家则对井水产生了疑惑吗，最终发现了井水的秘密。如果说化学家仅仅因为井水治好病感到庆幸，那么可能永远都不会发现其中的奥妙。这充分说明了创新精神对于我们的重要性。

各行各业都需要发展，如果行业缺乏创新意识，那么它只会停滞不前，反而有可能会倒退。只有坚持创新精神，勇于实践，行业才得到发展。

当今国际社会是一个飞速发展的时代，创新精神显得尤为重要，只有拥有创新精神的国家，才能让自己立于世界强国之林。市场是无情的，竞争是残酷的，只有坚持创新，个人才能体现价值，企业才能获得优势，国家才能繁荣富强。

在今天的中国，创新就像是一扇关闭的门，需要我们去打开，勇于创新，你会发现很多，勇于创新，你会懂得很多，只有勇于创新的人，才是生活中的强者。

时代是干出来的，更是奋斗出来的。改革开放的沃土，必能结出改革开放的硕果。



P08

知产领袖
COVER PERSON

甘做 知产路上的 铺路石

导语：把喜欢变成热爱，再让热爱发出光来。从北京航空航天大学毕业后，许利波加入国家知识产权局，曾任室领导、兼职复审员、复审合议组组长、PCT 审查员、审查员导师、培训讲师……多次荣获优秀审查员、优秀导师称号，入选国家知识产权局骨干人才，并曾被选派到美国马歇尔法学院学习。2016 年加入品源知识产权，带领国内机械事业部团队苦修内功，凝心聚力，打造了一支有激情有活力亲密无间的优秀专业团队。先后被公司评为“最具战斗力团队”、“最佳学术钻研团队”和“最具进取精神团队”。

Exclusives 独家观点

- 13 从企业所处发展阶段解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑
- 16 从企业核心竞争力层次解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑
- 19 从企业之间利益冲突形式解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑

Information 资讯快递

国内资讯

- 22 中共中央 国务院：加快建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度
- 23 《视听表演北京条约》4 月 28 日生效
- 23 浙江省台州市路桥区发放千万大额知识产权混合质押贷款
- 24 甘肃省与腾讯云战略合作共建非物质文化遗产大数据平台
- 25 华为撤回对传音控股侵权诉讼双方达成和解
- 25 浙江发布 2019 年商标品牌发展报告商标发展居全国第二

国际资讯

- 26 欧洲议会批准新版版权法，脸书、谷歌收录新闻也要付费
- 27 韩文化部长官：保护著作权应对影视剧海外非法流通
- 27 起诉大疆侵权三项美专利全部无效！无人机 337 调查落幕
- 28 美国专利商标局裁定：人工智能不能被列为发明人
- 28 针对夏普告咸阳彩虹光电等专利侵权案，ITC 启动 337 调查
- 29 “乔丹 + 图形”商标被撤！中国乔丹侵权案终审败诉

Big Data 大数据

- 30 国家版权局：全国著作权 2019 年登记总量超 418 万件
- 30 2019 年音集协版权许可收入达 2.86 亿元
- 30 欧洲专利局：2019 年中国专利申请增近三成 再创新高
- 30 我国超 13 万家企业从事机器人近 5 年新增专利 30 多万条
- 30 最高检工作报告：近 20 年侵犯知识产权犯罪增长 56.6 倍
- 30 中国首发专利密集型产业增加值 2018 年占 GDP 比重 11.6%

Panoramic Reports 全景报道

宏观 & 政策

- 32 《民法典》正式诞生 7 编 1260 条，知识产权相关规定共 52 条



- 36 关注！今年政府工作报告中的“知识产权”要点

产业 & 公司

P42 价值千亿的商标 300 多亿收购?



根据外媒报导, 美国国际贸易委员会 (ITC) 日前通过投票, 决定对某些半导体零组件、半导体芯片、含以上零组件及芯片的消费产品激活 337 调查。其中影响了多家中国、台湾甚至美国科技公司, 引起市场关注。

Patent 专利视界

- 46 关于权利要求合并修改是否超范围的讨论
- 48 浅谈中、韩外观设计制度的区别

Trademark 商标指南

P52 从商品与服务的关系 看商标保护



随着商品与服务交易的变化, 我们发现越来越多的问题无法仅仅依靠《类似商品与服务区分表》来解决。商品与服务的关系一直是具有争议的问题, 它也直接关系到商标权利的保护和风险的防范。那么我们应该如何判断商品与服务是否类似? 如何帮助我们在注册申请时更加全面的保护自身商标呢?

- 54 从商标法三十二条后半款探讨在先使用商标的维权之路

焦点案例



- 56 清华大学对“清华翰亮”商标无效宣告行政诉讼案
- 58 掌阅科技对“掌读”商标无效宣告行政诉讼案

Us news 品源动态

品源新闻



- 60 品源知识产权成功入选成为 AAAA 级专利代理机构



- 60 热烈祝贺品源后浪们开启职场新征程
- 61 品源两位专家入选广州南沙知产发展促进会



- 61 品源无锡举行十五周年庆典活动, 时光荏苒, 岁月峥嵘
- 62 品源助力企业获 2020 年江苏省知识产权战略推进计划项目
- 62 品源 2020 首届培训班正式结业

品源活动



- 64 愿我们永远童心未泯, 千帆历尽, 归来仍是少年
- 65 童心犹在, 共庆六一

党建天地

- 66 科技抗疫, 共克时艰! 品源助力推想科技完成医疗 AI 专利布局
- 68 科技抗疫, 共克时艰! 品源助力新石器完成 AI 无人车专利布局

甘做 知产路上的 铺路石

独家对话品源国内机械事业部总监许利波

导语：把喜欢变成热爱，再让热爱发出光来。从北京航空航天大学毕业后，许利波加入国家知识产权局，曾任室领导、兼职复审员、复审合议组组长、PCT 审查员、审查员导师、培训讲师……多次荣获优秀审查员、优秀导师称号，入选国家知识产权局骨干人才，并曾被选派到美国马歇尔法学院学习。2016 年加入品源知识产权，带领国内机械事业部团队苦修内功，凝心聚力，打造了一支有激情有活力亲密无间的优秀专业团队。先后被公司评为“最具战斗力团队”、“最佳学术钻研团队”和“最具进取精神团队”。

文章采编：品源品牌文化部 王俊会



▲ 北京品源专利代理有限公司国内机械事业部团队

很

多人这样评价 21 世纪“这是最好的时代，也是最坏的时代”。机会如雨后春笋般降临在生活周围，成功不再是远在天边的虚拟概念一而是看似唾手可得的“囊中物”。但在许利波看来，自己一直没有站在巅峰，也没站在潮头，只是始终在知识产权的世界里，低空风行。他希望可以成为一块“铺路石”，为后浪们创造条件，助力他们乘风破浪，直挂云帆。

5 月一到，春意甚浓，夏意初现。既没有入春时的料峭之寒，也没有盛夏时的炎炎浮躁。五月的天津更为独特，温和而不疏淡，热烈但不拘束，荒芜与繁盛之间，一切美好都以不偏不倚恰到好处姿态存在。

在一个明媚的工作日，许利波来到天津，见到了阔别多日的同事们，隔着口罩隔着距离，他感慨道：“自公司年会后，我们已经三个多月没有见面，这次疫情让我真切的感受到，咱们国内机械事业部的小伙伴们已经成长为雄鹰，自由翱翔于天际间了。”

“由于行业的原因，就要求我们既能做到化整为零，分兵突袭；也要做到化零为整，重拳出击。目前，国内机械事业部需要做的是如何在继续奔跑的同时，血液里的 DNA 保持不变。”许利波期望在未来五年、十年甚至二十年后，无论团队发展到哪个阶段和规模，一直有新鲜血液输入，保持人才的不断层，保持团队的活力。

贝索斯在谈论亚马逊的成功时说“要把所有资源投入到不变的东西上”。在许利波看来知识产权行业有个标准亘古不变，就是“用户体验”。好的用户体验就是高效专业贴心的服务，而知识产权人专业的知识储备和丰富的实务经验就是试金石。

21 世纪是一个信息化、价值观多元化的时代，面对这种多元化和更多的诱惑力，越来越多的观点和立场不停冲刷人们的思维方式。

“现在很多年轻人在进入一个行业的时候都是糊里糊涂的，没有一个明确的目标，那根基都不牢固，如何会开花结果呢？取乎上者得其中，取乎中者得其下。抛弃那些我不行、我不会、

许利波期望后浪们

“无论是选择人满为患的顺流直下，还是选择充满未知的逆流而上，我们都要积极地修正自己的认知偏差，让自己永远‘在路上’。”

BEYOND INFORMATION ◆ 专于心 精于业

品源资讯

我做不来的精神细菌，到更广阔的人生里摸爬滚打，最终一定能取得属于自己的成果。”

面对现状和未知的焦虑，许利波给出了他自己的答案，“这是一个机会无限等同于能力的时代，人的焦虑和迷茫几乎全部来源于此。我记得当年第一次坐火车，是刚考上北航，买票特别困难，需要提前一个月排队买票，但运气不好连站票都可能买不到。现在出行很方便，有飞机、有高铁、有汽车，但是坐火车的羡慕坐飞机的，坐车的羡慕有私家车的。如果横向比较总会失落焦虑，如果纵向自我比较就会有不一样的感觉，例如我现在回老家，随时可以坐高铁坐飞机回去，十分满足。在这个时代，‘做更好的自己’才是真正的强大”。

《未来简史》有这样一句话“人们之所以不愿改变，是因为害怕未知。但历史唯一不变的事实，就是一切都会改变。”许利波期望后浪们“无论是选择人满为患的顺流直下，还是选择充满未知的逆流而上，我们都要积极地修正自己的认知偏差，让自己永远‘在路上’。”而他自己只期望能够做一块铺路石，为后浪们创造条件，助力他们乘风破浪，直挂云帆。

本期《品源资讯》知产领袖专栏很荣幸邀请到品源知识产权合伙人、国内机械事业部总监许利波，以下是许利波老师接受专访的内容（内容略有删减）：

Q：许老师您好，自毕业后，您先后做过专利审查员、专利代理师和专利分析师，这十几年的时间，您最大的感触是什么？知识产权这个行业有哪些变和不变？

A：最大的感触是知识产权这个行业这十几年发展太快，形势变化太快，能毕业后就进入这个行业，我感觉很幸运。短短十几年，国内的知识产权事业已经经历了几个不同的阶段：我刚入行的2007年正是中国的专利申请量开始爆发式增长的头几年，国家借着进入世贸组织和举办奥运的契机，大力地推动知识产权意识与世界全面接轨，属于行业快速增长的阶段；2014年以后，随着国家创新驱动发展战略的推出，知识产权法院的设立，知识产权保护力度的加大，行业进入了量质并重的阶段；2018年，随着中美贸易争端的开始，知识产权已经显现为国家竞争的核心要素，中国进入了由知识产权大国向知识产权强国转变的阶段。

不同的行业发展阶段，国家的政策导向、企业的应对策略等都有所不同；但是知识产权朝阳产业的属性没有变；作为知产人，紧跟形势、持续学习的专业要求也一直没有变。

Q：自加入品源知识产权后，国内机械部短短三年多的时间，从部门升级为事业部，从十几人的小团队成长为了六十余人的大团队，您如何评价这支团队呢？这支团队最显著的特点是什么？

更骄傲为品源的快速发展贡献自己的力量。现在的国内机械事业部是一支专业、敬业的团队。

专业：团队近90%的硕士学历，近30位代理师有研发经验；并按照专业领域划分了5个专业部门，在航空、工程机械、新能源汽车、高端制造装备等专业度很高的技术领域，都有专业人才储备，能够服务好行业内知名的大企业。

敬业：有急难案件总有代理人能够主动承担，牺牲休息时间也要解决客户燃眉之急；不论案件大小，大家都能够秉持职业的精神，对每一件委托的案件都能尽其所能，做到精益求精。

Q：今年国内机械事业部还在扩招，请问事业部内部除了公司安排的入职专业培训外，还有那些人才培养的计划和方式？

A：我们根据代理人不同的发展阶段，制定了详细的培养计划：新代理人在公司统一的入职专业培训之后，会有导师带教的培训阶段，该阶段采用导师案件指导和部门业务审核的两级培养模式。

有一定经验的代理人会进入重要的业务小组，会有小组和部门的专业技术讲座和业务质检案例培训，更新代理人的专业知识，拔高专利业务水平。

对于资深的代理人，事业部会针对性进行无效诉讼、检索分析等高阶业务的培训。同时实际参与复审无效、专利分析的实际案例，拓展代理人的业务范围。

Q：机械专利代理师除了必备专业知识外，还需具备一定的专利分析和专利挖掘的技能，您认为一个合格的机械专利代理师应该怎么升级自身呢？可以分享一下您在这方面的经验吗？

A：一方面是要善于总结。日常工作中每完成一项任务，尤其是在技术上或者业务上有新突破的任务，一定要认真总结技术知识和业务技巧，特别是从满足客户需求、提高客户体验和后续法律程序等角度来考虑不同做法的优劣。通过长期总结，每项任务都会有一定的积淀，在专业知识积累、业务方法提炼和沟通技巧提升方面，就会有一个量变到质变的飞跃。

另一方面是要持续学习。第一、要勇于挑战新的技术领域的案子，善于通过查找资料自学、与发明人沟通来获取新的技术知识，拓宽自己的专业领域。第二、在工作之余，要抽时间给自己充电，现在获取信息的渠道很多，阅读业务书籍、浏览知产行业公众号文章、研习知产法院和复审委的经典案例都是很好的学习方法，尤其是知产法院和复审委的热门经典案例是最权威专业的学习资料，是紧跟形势、拓宽眼界、提高能力的好途径。

Q：你自己觉得团队特别需要关注什么，特别要警惕什么样的风险？

A：很幸运在快速发展的时期加入品源，

A: 需要关注团队每一位成员的职业发展。尤其要警惕代理人的职业瓶颈期和倦怠期导致的团队不稳定。为此, 品源也为代理师提供了业务和管理两条职业发展路径, 作为团队管理人员, 我也时常提醒自己要了解团队每一位成员的发展需求和适合路径, 给予合适的能力培训和锻炼机会, 争取持续的进步和发展, 才能留住人才, 不断壮大队伍。

Q: 两会期间, 关于 5G、AI 等新技术的讨论备受关注, 这些新技术会给知识产权行业带来哪些新变化? 专利代理师应该怎么应对?

A: 5G、AI 是创新密集型行业, 也是未来一段时间发展最迅速的技术, 第一, 这两个领域大量的创新, 会产生大量的专利申请业务需求, 会远远超出其他领域; 第二, 知识产权势必会成为人工智能与 5G 产业的核心壁垒, 相关企业的专利无效和诉讼争端会很多; 第三, 5G、AI 技术势必改变人们的的生活方式、工作模式, 甚至很多工作会被取代, 当然, 对于专利代理行业也会带来很大冲击, 比如很大一部分检索、翻译的工作很可能被 AI 取代完成。

我有这两方面的建议: 第一、要主动学习 5G、AI 相关的技术, 才能跟上技术发展的时代步伐, 电学通信的代理人的主战场就在这些领域, 自不必说。即便是汽车、家电等传统的机械领域, 也结合了自动驾驶、智能家居的技术, 完全不懂 5G、AI 技术的代理人将很难胜任专利代理的工作。第二、要提高自己的核心竞争力, 检索、翻译甚至简单的撰写工作可能都会慢慢被 AI 替代, 代理师要着重提高无效答辩、完善方案等创造能力和沟通能力等软实力。

Q: 后疫情时代, 从知识产权角度出发, 对国内企业而言, 最大的机会和挑战是什么? 您对企业有什么建议呢?

A: 新冠肺炎疫情蔓延, 尤其是国外疫情的持续, 很有可能使全球贸易保护主义进一步加重, 而知识产权势必成为国外企业遏制中国企业走出去的重要武器, 经济低迷时期专利诉讼应该增加, 因为潜在的原告会更有动机去“挤压”其专利资产从而获得最大的价值, 或者通过唤醒沉睡专利, 尽可能获得回报, 势必有一些国外企业试图通过专利诉讼的索赔来弥补疫情带来的经营损失。如何预防和应对可能到来的知识产权诉讼是国内企业一大挑战。

当然, 疫情也会带来特殊的机遇: 疫情带来的经济低迷是各个行业重新洗牌的重要机会, 一方面, 在行业低迷期反周期加大研发投入和知识产权布局, 更有机会实现反超; 另一方面, 经济低迷期是低成本收购对手优质知识产权资产的好时机。

相应的建议有两方面: 一方面做好防守, 梳理知识产权侵权风险点, 提前做好应对预案; 另一方面优化进攻策略, 对技术研发和知识产权资产优化分级管理, 暂停或放弃非核心知识产权资产, 节约成本, 维护核心知识产权资产, 加大核心技术研发和有目标地趁机低价收购优质知识产权资产。

Q: 在您看来, 疫情过后, 中国知识产权会有那些变化呢?

A: 知产界的主要变化有以下四个方面:

1. 专利申请量会下降, 尤其非市场保护需求的申请量会大量减少, 但是真正有市场价值的专利申请影响不大;

2. 知识产权管理更加注重效益。经济形势压力会推动企业知识产权管理向更加精细化、效益化改革, 企业内部专利、商标等各类知识产权的申请、维护、放弃的新要求, 将促使更多企业完善知识产权分类管理。

3. 知识产权战略规划更受重视。跨过专利数量积累阶段, 当前大部分中国企业进入了向质量要效益的阶段, 知识产权战略规划和着眼于后疫情时代的战略布局将会越来越受到重视。未来企业竞争既是创新的竞争、市场的竞争, 也是知识产权战略的竞争。

4. 专利资产管理评估需求旺盛。一些拥有大量专利组合公司的需求会更为明确, 需要借助专业的第三方专利资产咨询机构, 协助其完善专利资产的审计, 在优化专利质量、提升企业无形资产的运行效率上实现资源的整合。

Q: 疫情期间, 您曾通过直播的方式, 向大家讲课, 感受如何?

A: 这是第一次以直播的方式来讲课, 是一种全新的体验。虽然隔着屏幕讲课, 与听课的人没有眼神、表情等的交流, 起初有点别扭, 但是也能够通过弹幕留言、点赞送礼物的形式互动反馈, 也挺不错的。最重要的是, 通过这种方式, 打破空间的界限, 和五湖四海的小伙伴们同时进行交流, 在疫情的特殊时期, 通过自己的一点努力和付出, 给大家提供一点点帮助, 感觉非常有意义。

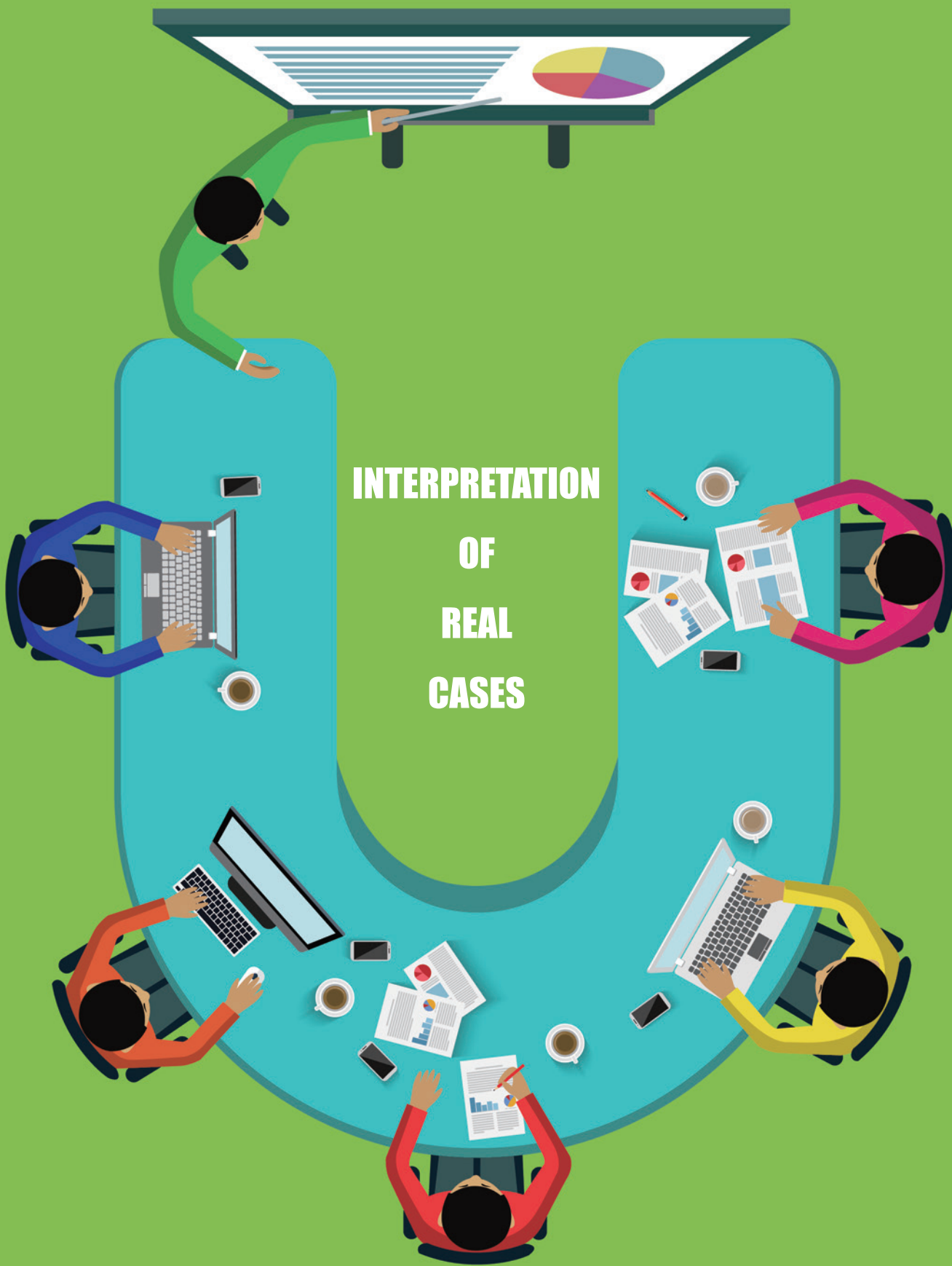
Q: 国内机械事业部的小伙伴们大多是 8090 后, 针对现在热议的前浪和后浪, 您有什么看法? 有什么想对后浪说的吗?

A: 现在确实是属于后浪的时代, 小伙伴们比当年的我眼界要宽很多, 而且更注重个性和直接的表达, 更能够从兴趣和爱好去选择努力的方向, 当然, 这样更能够把事情做好。

我想和这一拨遵从内心选择知产事业的后浪们一起努力, 奔涌到成功的彼岸。

Q: 现在您有什么愿望, 可以和大家分享一下吗?

A: 管理好身体、培养好下一代, 是中年前浪们的共同愿望吧, 也是我对自己的期望。



**INTERPRETATION
OF
REAL
CASES**

独家观点

Exclusives



从实战案例多角度解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑

序言：专利管理是绝大部分中国企业管理中较为陌生的领域，其中的专利侵权纠纷对于绝大部分企业来说更是偶然中偶然、意外中意外事件，在企业日常管理中更不会把专利侵权纠纷放在一个显眼的位置。但近些年来，国内外大型企业之间的专利侵权纠纷在逐步走进大众视野，最普通不过的中小企业之间的专利侵权纠纷战火熊熊燃烧在中华大地。

专利侵权纠纷是结果，更是企业专利管理得以提升的关键，因此，从多个角度解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑是十分之必要，也是企业专利管理工作的基本出发点，更是企业能够正确认识专利管理的关键，在世界知识产权周到来之际，笔者以自身多年来的实务经验为基础进行了总结，与同行以及企业朋友探讨如何理解专利侵权纠纷。

本系列文章共五篇，前四篇将以企业所处发展阶段、核心竞争力层次、矛盾冲突形式、专业资源稳定性四个主题展开探讨，第五篇将是为中国企业专利侵权纠纷行动提供笔者的建议。

最后，仍需强调的是由于笔者能力和时间有限，系列文中可能有不足之处，欢迎同行及企业朋友们指正，也感谢您的谅解。



作者：高 超

北京市品源律师事务所

无效诉讼部

专利诉讼资深顾问

无效诉讼业务发展中心

总监

第一篇：从企业所处发展阶段解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑

导言：企业所处发展阶段面对不同类型的经营问题，不同发展阶段的企业如何看待专利侵权纠纷将直接决定了专利权的内在商业价值，笔者认为，我们需要对企业各发展阶段的显著特征有一些初步判断，其后，再考虑如何在该阶段看待专利工作，以及如何看待行使专利权的价值以及该如何应对专利侵权纠纷。

BEYOND INFORMATION ◆ 睿于心 精于业

品源资讯

第一部分，企业各发展阶段的核心特征

一、技术主导阶段

在该阶段的企业因为存在技术壁垒，竞争对手少，产品往往供小于求，有技术有产出，就不怕没有销路，但由于市场还不够成熟，仍存在较大的市场接受度较低和生产规模化无法实现的风险。

1903-1908年间，福特和工程师团队们试制了约20款新车，从字母表A排到S，大多数都没量产，直至1908年10月，福特T型车成为“国民车”的苗子登上历史舞台。并于1913年福特通过率先应用流水线生产，让汽车变成大家都能买得起的方便交通工具，而不再是富人的玩具，福特T型车在销售初期要价850美元起，量产10年后价格降至300美元起，远远低于市场内的其他竞品。

二、产品主导阶段

该阶段生产产品的技术壁垒逐渐打破，越来越多的企业可以生产同质化的产品，行业内的企业发现他们需要探索用户对产品最基本功能以外的需求，寻找产品在功能和体验上的差异化，以获得更多的市场份额。

后起之秀雪佛兰在基于汽车代步基本需求的前提下，通过对旧式汽车在外观、空间、漆面和离合器等细节进行重新设计，雪佛兰更加注重用户体验，你可以花490美元提走基本款，也可以花1370美元提走超顶配豪华版，铺满叉烧看不到碗底有面条的那种。

三、营销主导阶段

该阶段整体产品功能与质量，已经基本可以满足大部分人的需求。技术和产品仍然是产品的实力基础，但此时竞争的战场已开始悄悄地转向了营销。琳琅满目的商品给用户带来了选择压力，商品生产商与消费者的关系从一开始的被动转向主动，他们开始为自己企业寻找定位，试图抢占用户心智。例如，奔驰的“尊贵”，宝马“驾驶的乐趣”，Jeep“强劲的越野能力”和沃尔沃的“安全”等等市场定位，营销中的STP、4P及CRM等营销理论及工具成为企业之间竞争的关键。

四、成本主导阶段

随着技术、产品及营销阶段的深度发展，随着时间推移用户对行业产品越来越深的认知，以及企业内对每一个“利润点”的无孔不入。在利润=营收-成本的公式里，营收的增长开始遇到瓶颈，成本成为商品生产企业为了获得更多利润的着力点。

如何缩减设计、采购、生产、销售等环节中的成本将是企业关注的焦点，例如会对产品销售过程进行目标成本管理，即从产品入库到产品销售和使用服务过程的成本形成进行的管理，从产品入库保管、储备占用、包装运输到

广告推销、售后服务开支等成本的形成进行的管理。

五、创新主导阶段

在不考虑创新的情况下，无论技术、产品、营销和成本控制都会遇到瓶颈。为了提升1%的营收或者降低1%的成本可能要付出非常昂贵的代价。此时选择投资创新，就成为部分企业保持竞争力的不二选择。

例如，特斯拉由新能源创新切入，在汽车红海中找到了自己的空间。而谁又可能通过靠谱的自动驾驶或者其它一些什么创新，来占得属于自己在汽车行业的一席之地呢？

第二部分，专利侵权纠纷对于企业各发展阶段的影响

1、对技术主导阶段的影响

企业在该阶段对于产品的有关基层技术作出实质性改良，并掌握着关键技术的命脉，该阶段的企业专利侵权风险较低，但仍需重点关注企业的先发技术优势能否转换成实实在在的专利优势，该阶段侵权风险低但并不意味着不具有存在的可能性，尤其是该项目由于处于初创阶段，技术优势的市场价值尚未凸显，一旦遭遇一场始料未及的专利侵权诉讼，极有可能面临着项目流产和公司倒闭的风险。

企业在该阶段需提前启动专利情报收集及分析工作，及早识别可能存在的侵权风险专利，企业应在尽可能在专利侵权纠纷发生之前已提前做好预备方案，及时给予市场和项目有关利益方信心。

2、对产品主导阶段的影响

技术先发企业的产品在该阶段已获得市场的初步认可，技术优势所凸显的市场价值在行业内已形成初步共识，但该时期的市场成熟度仍有欠缺，市场空间进一步培养，部分资金雄厚的行业内企业或新投资者会逐步进入该产品市场领域，并会对现有产品的性能及功能进一步改进赢得市场，市场对于该产品的满意度在不断强化，消费的热情在不断提升，由于市场价值的急剧凸显，新进入者也在积极涌入，技术先发的企业由于在该阶段沉淀了深厚的技术优势，因此，在该阶段也是收割市场份额最好的时刻。

除基础性的营销管理提升以外，技术先发企业在前期储备的专利优势将会发挥实质性市场收割利器的作用，企业应积极主动拿起专利权武器，有条不紊地敲打新进入者的发势头和潜在进入者的信心，建立一道道专利门槛，但仍须注重产品功能及性能的技术改进，形成更进一步的技术优势，并委托专业机构做专利挖掘与布局。

例如，随着我国新能源汽车产业受政策驱动飞速发展，市场巨大。资本疯狂涌入，与新能源汽车相关的企业如雨后春笋般成立，许多企业没有专利和侵权概念，仅把目光放在抢占市场份额上，宁德时代作为动力电池行业龙头，

在近日起诉江苏塔菲尔新能源科技股份有限公司专利侵权一案，已由福建省高级人民法院正式受理。此次诉讼标的金额高达 1.2 亿元。

3、对营销主导阶段的影响

部分企业在该阶段市场竞争中所处的市场地位已基本形成，且均已形成较好的规模优势和处在头部企业之列。在该阶段除头部企业之间激烈的竞争格局外，有实力的新进入者仍在不断增加，在不断蚕食头部企业已形成的市场竞争格局，部分企业在该阶段对于营销工具的使用将呈现与流通产品深度融合，进而巩固目标客户的购买选择习惯，强化头部企业的市场地位。

格力电器 2017 年年报数据显示，2017 年集团家用空调产销量连续 23 年位居中国空调行业第一，连续 13 年领跑全球；商用空调国内市场占有率连续 6 年保持第一，行业龙头地位稳固。而到 2019 年，根据中怡康在 2019 年发布的在线空调行业统计数据，格力空调在销量和价值上的市场份额排名第三，仅次于美的和奥克斯，格力市场竞争格局中市场地位的微妙变化恰恰反映各巨头之前激烈的竞争态势，在以上背景下，2017 年以来，格力电器与奥克斯之间发起多起专利诉讼战争，涉及索赔和判赔额度高达数千万元。

4、对成本主导阶段的影响

该阶段企业的利润空间在下滑，降低成本将是企业管理的主流，专利权的行使将是最后一轮利润收割的绝好机会，也是提升企业利润空间很好的手段。

荣获闪存盘全球基础性发明专利的公司——朗科科技，先在 2002 年向北京华旗索赔了 100 万巨款，随后就是索尼，索尼被迫赔偿 1000 万，之后朗科还起诉当时美国第二大的 PNY 以及国内外大大小小的 U 盘生产厂商，著名存储巨头金士顿也不得不向朗科上交了专利费。据朗科科技 2018 年年度报告显示，2018 年公司专利授权许可收入为 3629.26 万元，毛利率为 100%，营业利润为 3629.26 万元，占公司营业利润的 47.21%。

2019 年 11 月 14 日，朗科科技披露《关于公司核心基础发明专利权到期的提示性公告》，称公司核心基础发明专利“用于数据处理系统的快闪电子式外存储方法及其装置”（以下简称“99 专利”）的专利权期满终止日为 2019 年 11 月 14 日，并表示公司的专利运营业务对 99 专利形成重大依赖，该专利的到期将对公司今后的营业利润产生一定不利影响，目前尚无有效措施从根本上解决该专利到期后对公司经营造成的风险。由于朗科科技的专利主要集中于闪存等传统移动存储领域，据此朗科获得丰厚的企业利润，但随着传统移动存储正日益被云存储、移动互联等加速取代，仍然面临着较高的经营风险。

5、对创新主导阶段的影响

创新，一项企业灵魂再造工程，首先要具有换个跑道的勇气与决心，其次，持续的资金投入是创新的必要前提。

基于前四个阶段技术成果的知识产权法律保护，才能推动和激发更高昂的企业创新热情，进而驱动行业以及企业在不断发展。

第三部分 结束语

笔者在第一部分和第二部分从更为宏观角度介绍企业发展中主导阶段与专利侵权纠纷的关系，在第三部分结束语中，笔者想就广大中小企业如何正确看待企业发展所处阶段与专利侵权纠纷的关系提出初步的建议。中小企业是行业发展中必不可少的一股力量，但中小企业由于各类资源和信息获取的有限性，相当一部分中小企业均处于行业食物链的底层，中小企业若想在夹缝中求得长期的发展，仍需更为重视专利权的保护，中小企业的最大优势是聚焦，例如，可以聚焦一切可用的资源做一颗螺丝钉，如何把一颗螺丝钉做出技术上不可替代性，并进行专利挖掘与挖掘，如此中小企业在遇到专利侵权纠纷时，方能形成“进可攻，退可守”的局面。

笔者认为，处于不同阶段的企业只是在于解决问题的侧重点不同，但最终的目标均是一致的，即市场中形成竞争实力，进而赢得市场的信任，而企业之间良性竞争的首要条件是遵守当前的法律法规，随着中国专利法以及相关法规正日益完善，专利权这一看不见的手正在渗透企业经营管理的各个层面，企业与企业之间的竞争优势在逐步与专利权形成千丝万缕的关系，甚至一定程度上也在影响着企业之间的竞争格局。

专利侵权纠纷是寄生于专利权而存在，更是商业竞争中不得不考虑的关键要素，以笔者拙见，专利侵权纠纷对企业的影响在未来会逐步凸显，相信会有更多仁人志士投入到该方面的研究。

参考文章：

<http://www.woshipm.com/pmd/1211170.html>
<https://www.zhihu.com/question/67454328>
<http://ip.people.com.cn/n1/2020/0331/c179663-31655885.html>
<http://master.10jqka.com.cn/20180517/c604518059.shtml>
<https://xueqiu.com/6107956062/126214633>
https://www.sohu.com/a/303036604_100046295
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1650519193462736850&wfr=spider&for=pc>
https://mp.weixin.qq.com/s?src=11×tamp=1586740255&ver=2275&signature=SFnl0abKrSmRc*O1N2eVoJ21CGZdLYFvcBAMIKu4cBD1dZt*jzFcf56Q8-W2RehIMWKus1SEN1SeUx8*5Xrwd-m3gX*ZkMXTJDK2UviAQXfaczTs5lKfKp27K1yvrBk&new=1

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 精于业

品源资讯

第二篇：从企业核心竞争力层次解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑

导言：当今时代，市场竞争变得愈发激烈，任何一家企业若想在市场竞争中立于不败之地，打造一项核心竞争力已成为大中小企业关注的焦点。若从结果角度考量核心竞争力，笔者认为总体有二：技术和市场竞争力，因此，专利侵权纠纷也必然与市场和技术实力也有着密切的关系，在研究专利侵权纠纷运作的内在逻辑时更应该细致审视市场和技术，如此才能深刻理解专利侵权纠纷的本质。

第一部分，市场与技术的核心竞争力对抗

持续不断的技术研发投入是产品功能及性能得以完善的基础，如此方可形成技术上的相对核心竞争力，但用户在购买产品时并不会特别关注您在技术上的核心竞争力，更不会刻意关注您在技术研发上投入多少。用户关注的焦点首先是信任，而信任的建立主要是由企业市场团队核心工作。因此，一家优秀的公司势必会有健全的两条腿：技术和市场，如此才能在市场竞争中取得长久的优势。

就中小企业而言，由于成本或管理能力有限，难以让这两条腿都能保持健康，所以在市场上有两类中小企业处于长期并存的局面，即“在技术上有优势，但市场这条腿不健康”和“市场上有优势的企业，但在技术积累上较为匮乏。”。这两类企业会长期在市场中同台竞争，也必然有存在着它们自认为商业利益分配不公的现象，因此，中小企业之间价格、抹黑等明里暗里地战争在时刻发生着。专利权作为法律意义上的私权，具有独家垄断性质，专利权的存在恰到好处地迎合双方斗争武器之所需，因此，中小企业之间的专利战争随时均有可能发生。

深圳某自动化设备公司（简称“A公司”）成立于2011年，是专业生产高速贴片机的厂家，现已拥有近百余项授权的专利，在创业头三年凭借着雄厚的技术实力，其生产的速贴片机在LED行业市场占有率处于绝对领先地位，但随着新进入者的增加以及成长，部分市场能力较强的竞争对手已对A公司的市场地位形成正面威胁。

2014年初，A公司第一次向竞争对手B公司挥起了专利武器，但由于侵权证据准备不充分而主动撤案，而令A公司始料未及的是B公司向国家知识产权局申请A公司涉案发明专利申请了无效请求，在国家知识产权局维持A公司发明专利有效的前提下，B公司仍是穷追不舍，但从行政诉讼一审至二审终审，均维持A公司的发明专利继续有

效。虽然A公司对于这一系列的法律程序较为苦恼，但最终仍获得了一份公平，尤其是B公司在自己专利武器的敲打付出了极高的经济和市场代价，A公司的小试牛刀已尝到了甜头。

2017年8月，A公司用上述发明专利再次向C公司挥起了专利武器，在2017年11月上述行政诉讼二审判决下达后维持一审判决及国家知识产权局的维持发明专利继续决定之后，A公司继续加码，并向深圳市中级人民法院申请C公司的财产保全，当即冻结对方资金100万，C公司在重重压力下于2017年12月乖乖向A公司求饶，并积极赔偿了A公司的经济损失。

在诉C公司的同一时期，A公司也向D公司挥起了专利武器，D公司在A公司多重压力下并未向A公司屈服，但在2018年2月收到广东省深圳市中级人民法院的一审判决，判赔额度90万，D公司也并未上诉，且D公司于2018年11月主动配合一审法院并缴纳了执行款项。A公司在收到D公司执行款项后的5个月，再次以同样的发明专利向D公司发动了两起专利侵权诉讼，该两起案件正在审理中。据国家知识产权局公众查询平台披露，该发明专利处于有效的状态，被申请无效宣告请求高达七次，官方分别于2015年和2019年发文两份审查决定，决定结果均是维持有效。

笔者曾与D公司相关负责人深入交流过，在交流中很好奇地问道当时九十多万赔偿对于中小企业来说是一笔不小的款项，公司为什么那么爽快就给了，该负责人的回答令笔者极为震惊，A公司的技术已经落后，而且产品已经跟不上市场需求，他也只能依靠这两件专利瞎折腾一下。由此来看，中小企业不懂专利还好，一旦懂了专利，很多中小企业容易对专利上瘾，尤其当通过专利轻而易举获取真金白银时，更会对专利权痴迷。当A公司上瘾和着迷时，

而市场的需求在变化和升级，现如今的市场对于产品的要求越来越高，而 A 公司没有意识到这些，市场也必然忽略了它的存在。

像 A、B、C、D 公司之间类似的专利纠纷事件很多，从近些年官方公布总体案件量上看，专利权侵权纠纷也确实频发于中小企业之间，而大企业之间专利战发生的概率是极低的，不是说大企业不擅长行使专利权，而是大企业在面对市场竞争时将会更有秩序性和更懂得克制，建议中小企业在创造与行使专利权时也要掌握好分寸，争取做到“不能忽视专利，但也绝不能依赖于专利”。

如上所述，大企业之间发生专利权侵权纠纷的概率极低，因为大企业之间的市场竞争更懂得形式上的克制与秩序，但富士康群创光电于 2018 年初突然发起 17 件专利侵权诉讼，新闻舆论铺天盖地而来，笔者当时也对该事件有些许粗浅的认识，就此简要阐释下。

随着近些年手机、平板等数码产品的市场需求量在增加以及数码产品的更新换代周期也在缩短，因此，大部分数码产品所必须使用的液晶面板生产需求急剧旺盛，液晶面板的厂家数量和规模也是一直处于上升态势，比如京东方、群创光电、中电熊猫、华星光电、惠科等液晶面板厂家纷纷在液晶面板市场投入重金并展开了激烈的角逐，角逐的第一阶段是人才，各个厂商之间互挖人才已呈常态化趋势，据相关媒体报道，富士康系群创光电储备的核心研发人才屡屡被引进到大陆液晶面板厂家，尤其是液晶面板厂家中的后起之秀们，在挖人的力度上也显得更为积极，令群创光电深感不安的是，后起之秀已经在市场竞争中已对群创光电原有的市场构成了显著的威胁，在如此背景下，2018 年初，群创光电在广州知识产权法院和宁波市中级人民法院向后起之秀惠科股份发动 17 件专利侵权诉讼，2019 年 12 月 10 日向沈阳中级人民法院就惠科新增侵权产品，再提 3 件专利侵权诉讼。但截至目前，群创光电因涉诉的 17 件专利中 12 件专利已被宣告无效而被法院驳回诉讼请求，另外 5 起诉讼或因群创光电主动撤案或被判不侵权而结案，至于后续诉讼以及两者的专利大战如何收场，敬请读者持续关注。

授权状态的专利如弹药，储备充实为上策，但至于何时发以及怎么发才是关键，尤其是在市场与技术核心竞争立形成巨大冲突时，该如何看待和行使专利武器更为关键。

第二部分，技术与技术的核心竞争力对抗

在市场能力相对均衡的情况下，企业之间竞争的根本是产品，最后拼的仍是技术，若两家企业均比较重视技术研发，技术管理能力以及技术成果输出能力将是企业之间竞争的关键，成果输出中最关键的一项是专利管理能力，若其中一家企业不具备现代化的专利管理能力，其必然在

专利上被对方压制，在市场竞争中也必然缺少一项有力的竞争武器。当然若两家企业均具有较好的专利管理能力，在实际对抗中可能会相互牵制，一场势均力敌的专利战即将上演，当然现实中大部分案件最终以和解或两败俱伤而结束。

2019 年，令整个通讯行业震动的两件大事来了，华为与三星和解，高通与苹果也实现了和解，说起华为与三星之间专利大战，要追溯到 2011 年，但真正展开剧烈专利战争的时间点是 2016 年，华为先后向泉州中院和深圳中院起诉三星及关联公司侵权其专利权，由于泉州中院的判赔额度高达 8000 余万，且二审法院福建高院维持了一审判决，因此，福建发生的专利侵权纠纷备受全球关注，虽然三星此后也向华为提出有力度的反诉举措，即起诉华为违犯 FRAND（公平、合理和非歧视）许可义务，但并未有最终的有利判决，三星也只能被动的地接受与华为达成全球和解，两家全球手机巨头八年之久的专利战争也最终落下了帷幕。

华为有勇气且有实力向三星发起正面的专利战争，最根本的原因是其某些领域的技术实力有信心，但为何迟迟到 2016 年才真正意义上发动专利大战，华为主要的考虑可能是三星并不是一家弱不禁风的中小企业，在某些技术领域的技术及专利储备甚至要强于华为，所以华为衷心希望双方能够坐下来谈谈专利交叉许可，就华为为何选择在 2016 年主动向三星投放专利武器，笔者认为，主要原因可能是由于华为从 2015 年开始向苹果公司许可专利 769 件，而苹果公司向华为许可专利 98 件，这意味华为在专利国际化运作中迈出了一大步，且获得了实实在在经济利益，因此，华为对三星采取进一步地专利行动也更有动力和信心。

深圳是一座神奇的城市，有能力孕育出全球通信领域巨头。华为正是其神奇所在，深圳更因创新而闻名于世，专利指数是体现创新能力的关键性指标，据中国新闻网报道，深圳 PCT 国际专利申请量达 1.8 万件，连续 15 年全国第一，约占全国总量的 34.6%，其中华为公司以 PCT 国际专利申请 5405 件居全球企业第一；全市每万人发明专利拥有量 91.25 件，是全国平均水平（11.5 件）的 7.9 倍，有效发明专利五年以上维持率达 85.6%；全社会研发投入占 GDP 比重达 4.2%，接近世界排名第一的以色列水平（4.4%），华为、中兴、大疆等全球性行业巨头为以上深圳数据做出巨大贡献，但深圳各创新领域的后期之秀亦是一股不容忽视的力量，比如最近几年另一深圳明星企业光峰科技。

光峰科技在 2007 年全球率先发明了 ALPD® 激光显示技术，并在全球范围率先实现技术产业化，光峰科技也是全球第五个、中国第一个能够生产具有 DCI 认证的数字

电影放映机的公司，据官方数据显示，截止 2019 年 6 月，光峰科技全球专利及专利申请数量已超 1450 项，其中发明专利及专利申请数量超过 1000 项，专利申请数量在全球激光显示领域排名第一，根据奥维云网(AVC)数据，2018 年激光电视境内全市场销量达 16.4 万台，光峰科技激光电视光机市场占有率超 30%，处于境内行业领导地位，而国际巨头卡西欧对深圳光峰的发展有意见，自 2014 年起，两者之间的专利摩擦时有发生，尤其在 2016 年卡西欧主动诉深圳光峰两起专利侵权，作为应对，2018 年，深圳光峰反诉卡西欧两起专利侵权，详见下表：

案号	案由	原告	被告	涉案金额	案件进展
(2018)京 73 民初 1239 号	侵害发明专利权	深圳光峰科技股份有限公司	被告一：卡西欧计算机株式会社； 被告二：卡西欧（中国）贸易有限公司； 被告三：北京宏洋基业科技有限公司	人民币 380 万元	一审审理中
(2018)京 73 民初 1240 号	侵害发明专利权	深圳光峰科技股份有限公司	被告一：卡西欧计算机株式会社； 被告二：卡西欧（中国）贸易有限公司； 被告三：北京宏洋基业科技有限公司	人民币 380 万元	一审审理中
案号	案由	原告	被告	涉案金额	案件进展
(2016)京 73 民初 60 号	侵害发明专利权	卡西欧计算机株式会社	被告一：深圳市光峰光电技术有限公司； 被告二：影音汇（北京）科技发展有限公司	人民币 510 万元	一审判决：驳回原告卡西欧公司的全部诉讼请求。卡西欧公司提起上诉，二审案号为（2019）最高法知民终 16 号。目前二审审理中
(2016)京 73 民初 59 号	侵害发明专利权	卡西欧计算机株式会社	被告一：深圳市光峰光电技术有限公司； 被告二：影音汇（北京）科技发展有限公司	人民币 1539.9537 万元	一审判决：驳回原告卡西欧公司的全部诉讼请求。卡西欧公司提起上诉，二审案号为（2019）最高法知民终 15 号。目前二审审理中

（数据来源：科创板深圳光峰公告）

自 2014 年起，双方也曾多次向国家知识产权局提起对方专利权的无效宣告请求，国家知识产权局受理后多次作出审查决定。若无效宣告请求人或专利权人不服审查决定的，可向法院提起行政诉讼，另一方需作为第三方参加诉讼。截至调解书签署之日，公司与卡西欧公司之间的其他行政诉讼及再审案件列表如下：

涉及的专利	专利权人	现有的案件数	国家知识产权局审理结果	对应诉讼案件	公司所处地位
200810065225.X	公司	4 起	维持专利权有效	（2019）最高法民申 2078 号、（2019）京 73 行初 8385 号、（2019）最高法行申 3147 号、（2019）最高法行申 3231 号	第三人
200880107739.5	公司	2 起	维持专利权有效	（2019）最高法民申 5159 号、（2019）京 73 行初 7311 号	第三人
201210334155.X	卡西欧公司	1 起	宣告专利权部分无效	（2018）京 73 行初 2210 号	第三人
201010293730.7	卡西欧公司	2 起	维持专利权有效	（2020）京 73 行初 2386 号、（2017）京 73 行初 966 号	原告

（数据来源：科创板深圳光峰公告）

2020 年 3 月 21 日，深圳光峰向科创板递交公告已与卡西欧达成全面和解，以上所涉专利侵权诉讼及专利无效关联的行政诉讼案将达成全面的和解，在和解主要内容中对（2018）京 73 行初 2210 号案件做了特殊约定，即该行政诉讼案会继续进行下去，当然即使卡西欧通过行政诉讼撤销国家知识产权局的无效审查决定，也不能起诉深圳光峰，六年的专利诉讼战至此告一段落。

在与卡西欧的六年对抗中，深圳光峰积极应对且取得显著地效果，笔者认为，卡西欧毕竟在国际上耕耘多年且实力不凡，若双方就此机会达成和解将更有利于深圳光峰推进国际化战略，也有可能就此和解契机增进与卡西欧的沟通，资源上的互通协作也不是不可能。

如上无论是华为 VS 三星，还是深圳光峰 VS 卡西欧，更有力地证明在专利侵权纠纷案件中若各参与方在技术核心竞争力无限逼近的情况下，最终更易达成和解，若不和解，必然两败俱伤。

第三部分 结束语

笔者认为，核心竞争力的打造不是一日而成，更不会因一两项专利获得授权而能铸就核心竞争力，核心竞争力形成的首要条件是产品上不断完善，持续地满足用户的不断变化需求才是企业得以形成核心竞争力的关键，而专利仅仅是形成核心竞争力的助推剂，专利侵权纠纷在一定程度上也可以缩短企业核心竞争力的建设周期，以及在企业形成核心竞争力后亦可以让企业核心竞争力更稳固。

专利以及专利制度设立的根本目的是鼓励商业主体持续不断的创新，进一步说专利以及专利制度只是实现持续不断创新的手段，如果您的企业因有了专利权而懈怠创新，您的企业也必因此会被市场所淘汰。

第三篇：从企业之间利益冲突形式解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑

导言：在一定的经济阶段，市场这块蛋糕不会有明显的变化，而一个行业内进入的企业数量在不断增加，这就直接造成了“僧多粥少”的局面，饥饿感时刻伴随着当今的大部分企业，研究企业之间常见的利益冲突形式显得更为重要，尤其对于科创企业而言，研究专利侵权纠纷对于利益冲突的影响也显得极为迫切。

第一部分，企业之间利益冲突之产品模仿篇

创新源自于模仿，创新也毁灭于模仿。由于企业的产品势必要在市场中流通和交易，竞争对手的模仿和抄袭行为是不可能杜绝的，即使您的企业已拥有一定数量的授权专利，且合理合法有序地拿起专利权的武器打击竞争对手，但竞争对手的模仿和抄袭行为也只是在一定程度上得到遏制，因此，如何深度理解模仿与抄袭行为将变得十分关键，即针对相应的模仿行为应采取恰当的举措，而不是一刀切地去维权，如此才能尽可能降低企业成本和避免无限度的浪费司法资源。

综上所述，企业发现模仿抄袭行为不是关键，对模仿抄袭行为进行深层次的市场价值判断才是更关键的，市场价值判断需要综合多方面的要素进行系统分析而进行确定，就笔者拙见，关于模仿和抄袭行为的理解有如下三个方面：

一、低端的模仿与抄袭。

低端模仿与抄袭的特点是模仿或抄袭者并不具备一定的产品研发和设计能力，故此该类模仿与抄袭而产生的产品质量必然也是参差不齐，而当今的大部分用户对产品质量要求是越来越高，该类模仿与抄袭的生存空间必然会越来越小，另外从目标客户群体角度考虑，该类模仿与抄袭产品和原创产品定位的客户群体应有一定差异化。

综上所述，对于该类模仿行为稍作敲打即可，并不是企业重点关注的对象，但若原创产品的技术含量本身并不高，专利权被侵害的门槛会很低，如此情况下仍应重视该类模仿与抄袭。

二、中端的模仿与抄袭

中端模仿与抄袭的特点是模仿或抄袭者具有一定的研发能力但当下的研发能力不足以匹配解决当下产品所涉技术问题所需，仅限于高仿部分功能实现所需。中端模仿与抄袭虽然无法达到与原创产品一样精良，但由于其模仿与抄袭产品已经拥有与专利产品部分功能相近似，该类产品能够满足部分市场的需求，且加之一定的降价优惠举措，该类模仿与抄袭产品会对专利产品所涉目标市场构成一定的威胁。

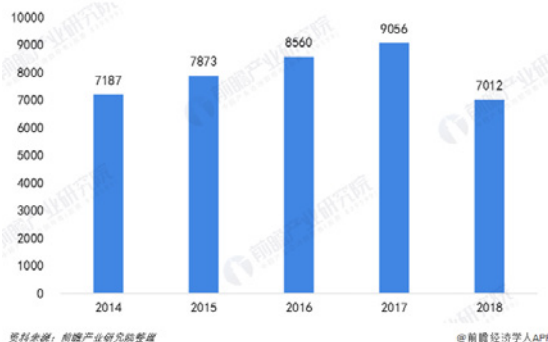
由于中端模仿与抄袭产品已经触及或威胁到专利产品的市场及目标客户，专利所有人在维权时应及时制定完整的诉讼策略，目标是深度打击，遏制其对于专利产品市场的逐步蚕食。

三、高端的模仿与抄袭

高端模仿与抄袭的特点是模仿和抄袭者所研发和设计的产品与专利产品已构成混淆，直接对专利产品的目标客户形成极大的吸引力，尤其是模仿和抄袭产品在价格上明显优势，更是对专利产品的市场份额构成显著影响，如此情况下，专利权人势必采取更剧烈的专利行动，才能遏制模仿和抄袭者对专利权的侵害，如此专利行动在日用、家具等偏外观设计类上发生多起系列且重大专利侵权诉讼。

如果问中国哪些行业最具历史感，家具行业必然会占据一席，尤其是改革开放以来，家具行业拥有一部慷慨激昂的发展史，伴随人类的文明进程不断的上演难以预测的行业史剧。不过最近几年家具行业虽然保持稳步前进，但增速在缓慢下降，尤其是 2017-2018 年家具行业销售收入呈现明显下降的趋势，如下图：

图表2：2014-2018年中国家具制造业销售收入情况(单位：亿元)



在这样的背景下，2018 年美式家具领航者 A 公司向 B 公司发起 32 件外观设计专利侵权诉讼，涉案索赔标的 2400 万。笔者曾向 B 公司相关负责人深入交流过，家具行业内诸多企业相互模仿抄袭是由来已久的现象，尤其是中小家具厂

家，抄袭和模仿家具行业的流行单品或系列已是最好的生存之道。B公司是中小家具厂家的一员，在家具行业也摸爬滚打近20年，在模仿和抄袭的技术上更是不弱下风，据该负责人反馈，他们也曾想过创新，但在投入巨额的创新成本后得来的是同行无底线的抄袭与模仿，对于创新这两个词只能说是高不可攀，如此情况下，B公司被迫选择向中小企业家具同行看齐。

2014年，B公司把具体工厂从苏州搬迁至南通，工厂经营空间上也比以往增大了很多，经营方向上也略有调整，开始专注于高端美式家具，在家具设计思路上也逐步向A公司看齐，新推出的美式系列家具很快得到市场的认可，随着B公司市场影响力逐步提高，A公司于2017年开始在东北、北京、山东等多地收集B公司的侵犯专利权证据，且到B公司授权经销门店进行公证购买B公司全套美式家具，公证购买的家具费用也高达80余万。在侵权证据收集完成后，2018年7月5日，A公司在苏州中院立案，起诉B公司侵犯其32件外观设计专利权。双方历经近一年半的时间，在江苏高院主持下，双方最终达成和解。

和解的主要原因有四：

其一，A公司的32件专利权经过两轮无效请求后，有十余件专利被宣告无效，其中不乏有A公司热销产品和家具大件所涉专利，比如沙发和床等。

其二，由于B公司一次无效请求力度和策略上的缺失，致使A公司的核心外观设计专利并未有实质性伤害，在一次无效请求审查决定下达后，苏州中院一审判决也随之而来，但判赔额度并不高，又因B公司确实有意借鉴A公司，在一审判决赔偿额度不高的情况下，赔了事也是B公司心中所想。

其三，二审期间，江苏高院多次主持和解，在B公司大部分二次无效请求审查决定未出结果情况下，综上其一，B公司在心理上已是强弩之末，和解或许是双方解决此起重大纠纷的最优选择。

第二部分，企业之间利益冲突之渠道利益篇

渠道商，是合作伙伴，但更是潜在的竞争对手。渠道商不仅仅是因一家企业的产品而生，而是因市场和需求而存在，当您的产品技术含量不高或者您的产品不被市场所接纳，甚至您的产品正被市场追捧时，渠道商均有可能成为您的竞争对手。例如部分渠道商可以直接建一个地下工厂，贴上正在经销品牌的logo，明目张胆的去开展市场行为。

绍兴A公司曾遭遇过渠道商带来的伤害，至今令人难忘，A公司有一个经销商B公司，在B公司的专柜上摆放着A公司主打品牌商品，消费者对于A公司的品牌以及质量也极为认可，销售量也更是一天一个台阶，如此情况对于A和B应是最好的状态，A负责产品品质和品牌推广，

B负责产品终端流通，但这个局面因为A公司一批不及时的发货而改变了，于是B公司开始刻意亲近A公司一个负责市场的高层，在巨大利益面前，B公司的计谋得逞了，B公司和A公司高层共同在广东设立一家公司D，专门负责生产A公司在售的热销产品，A公司的高层负责盗取内部最新产品研发图纸，B公司负责形势上经销A品牌的商品，但也只是柜台上的商品是A公司的商品，实际发货的商品是公司D生产的商品。

2016年6月，A公司收到长沙市中级人民法院一份传票，即广东D公司起诉A公司以及经销商B公司侵犯其外观设计专利权，A公司负责人看到起诉状以及相关专利文件后才意识到自家辛辛苦苦研发设计的第二代产品设计图纸被盗了（原始研发图纸也没注意档案留存，也无法确定具体时间），在A公司向国家知识产权局申请两次无效宣告请求失败之后，长沙中院判决下达一审判决，即A公司赔偿D公司近100万元，后A公司上诉至湖南省高级人民法院，但仍维持一审的判决，A公司最终也只能赔钱了事。

第三部分，企业之间的利益冲突之新产品上市篇

一个新产品上市的历程通常情况下是艰难而又曲折的，一般需经立项讨论、市场调研、技术可能性调研、概念产品、新产品策划方案、项目实施、工程产品、产品改良、流水线生产准备、宣传、上市等一系列流程，新产品才能如期上市。如上所述，在产品即将上市的前夕和刚刚进入市场时，企业一般会投入大量的人力物力去为新产品宣传造势，但若在该时间点上您的企业收到一份知识产权法院的传票，即刚上市的产品侵犯了他人的专利权，您的企业该如何应对，尤其对方的专利行动已谋划很长时间，而您的企业只能被动受伤，三宝公司正是这样一家因新产品上市被诉而备受伤害的企业。

热门动漫IP与儿童玩具相结合是一种传播玩具产品知名度最好的商业手段之一，但动漫制作方收取的广告费是极其高昂的，若非潜在市场价值极高的市场单品，一般企业是不会投入如此大额的广告费，中小企业更是难以承受其费用之重。为了新上市的爆款陀螺，2017年底，三宝付出了这笔高昂的广告费，赞助一档热门动漫电视剧来宣传刚上市的新产品陀螺，预计是在第一季电视剧播完恰好是2018年6月前后，如此可赶上本年度的六一儿童节和暑假，这两个时间是儿童玩具新品厂家之间竞争最激烈的时间节点之一。而就在六一过后，三宝玩具收到广州知识产权法院一份法院传票以及财产行为保全申请，竞争对手奥飞动漫要求三宝玩具赔偿5500万元，且要求冻结三宝玩具等相关联公司资金1000万元，另外奥飞动漫还向法院申请了诉中销售禁令，三宝玩具为了应对此诉讼大约花了半年的时间，但错过新产品起飞的良机。笔者再次强调，企业在立项讨论、技术可行性分析等环节上尽可能与专利分析相结合，如此才能降低新产品上市的诉讼风险。

第四部分，企业之间的利益冲突之投融资篇

众所周知，中小企业融资成本相对较高，且融资渠道也较为匮乏，尤其中小企业经营上出现困难时，更多处在无人问津其生死的境地，当然若资本市场愿意投钱至中小企业或中小企业 IPO 进展顺利对于其往更高层次的发展将起到至关重要的作用，中小企业融资困难的根本原因是经营风险高，例如一场专利侵权诉讼可使中小企业濒临关门倒闭的境地，融资进展也可能会就此戛然而止，即使是中国插座领导者公牛在遭遇重大专利诉讼时，其 ipo 进程整整被往后拖延了一年的时间，一般的中小企业若遭遇像公牛类似的专利侵权诉讼，前途不确定性太多。

敏芯股份是一家以 MEMS 传感器研发与销售为主的半导体芯片设计公司，目前主要产品线包括 MEMS 麦克风、MEMS 压力传感器和 MEMS 惯性传感器。歌尔股份作为国内声学精密器件厂商，其产品除了 MEMS 麦克风成品外，还包括其他声学器件、光学器件、精密设备等未采用 MEMS 技术的产品。在 MEMS 麦克风领域内，敏芯与歌尔股份形成了直接的竞争关系。11 月 1 日，敏芯股份的科创板申请已被受理，但敏芯股份正被同行、已上市的歌尔股份诉专利侵权，被要求赔偿合计 1000 万元。很显然歌尔股份只是想拖延敏芯上市进程，进一步给敏芯股份融资现状造成极大困扰，同时对于敏芯市场开拓和研发能力上也一定程度上造成不良影响。综上所述，对于科创制造企业而言，专利侵权诉讼预防体系建设势必要被考虑引进企业经营管理中，对于科创实力较强的企业更应把专利侵权诉讼风险防范能力作为一项关键性经营指标。

第五部分，企业之间的利益冲突之竞标篇

竞标是市场竞争中常见的商业竞争场景，形式上是各家企业实力的较量，实质上是企业长期积累商业信任关系的成果释放，尤其部分企业的市场行为仅仅靠中标而进行市场拓展。招标文件的获取以及标书的准备均对中标与否起到至关重要的作用，但上述招标文件以及标书准备可能是较有力的侵权辅证，相关招标文件甚至可以作为发起专利侵权诉讼和赔偿的主要依据，而且由于招标事件中参与和关注的同行较多，一般以公开招标实现采购的项目，涉及到商业利益也较丰厚。因此，若在竞标背景下发起的专利侵权诉讼对于企业的影响将更为直接且商业利益上也较大。

2015 年 2 月 15 日，南京河西新城区国有资产控股（集团）有限责任公司以及南京河西新城建设发展有限公司委托江苏天宏华信工程投资管理咨询有限公司，针对海峡城一期居住社区中心项目 E 地块基坑支护工程开展招标，招标文件中技术要求以及相关图纸等细节均有明确的要求，该项目的总额在 2000 万元左右，两家南京本土企业江苏建峰和新鸿基均进入竞标环节，结果是江苏建峰中标，江苏建峰凭借丰富的经验如期完成该项目工期。

新鸿基公司拥有数十项授权发明专利和实用新型，且逐年增加专利投入方面的预算，在上述项目即将完工时，新鸿基公司到项目现场进行公证证据保全，2016 年 9 月，新鸿基公司向南京中院起诉江苏江峰公司侵犯其实用新型专利权，2017 年 4 月 7 日，在一次无效请求审查决定未出结果情况下，南京中院下达一审判决，法院全额支持新鸿基 300 万元的索赔标的。江苏建峰公司是一家相对传统的建筑公司，从来未关注过专利，在一审应诉上也不甚重视，仅仅把它理解成普通的合同纠纷，在收到南京中院一审判决结果后才引起公司高层重视，在二审应诉及二次无效请求上相对一审均投入更高端的专业资源，由于二次无效请求证据检索上力度较强，二审法院江苏高院在庭审结束后选择先等二次无效请求结果，该专利后被宣告全部无效，二审法院撤销一审 300 万判决。

综上所述及案例，笔者建议，企业在应对招标事件中可能产生的专利侵权诉讼风险需进行定点处理，先判断自身以及竞争对手是否会有潜在的诉讼风险，进而明确防御或进攻方案。

第六部分，企业之间的利益冲突之历史渊源篇

自古以来，同行企业之间的人才保持一定流动性是客观存在的现象，尤其企业高级合伙人之间的分分合合已属正常，这也促成同行业内的部分企业有较深的历史渊源，但因历史渊源而产生的商业竞争与普通的商业竞争相比往往会更剧烈，冲突性也更是难以调和，在专利侵权诉讼中表现的矛盾性也甚为突出。比如，原研发部分离成立一家新公司、原市场部老大出来后成立一家新公司、同行企业之间主动把竞争对手的核心研发人员挖过来开展竞品研发或一个公司两个股东分家后产生的商业利益冲突等等。

笔者曾在从企业发展阶段解读专利侵权纠纷运作的内在逻辑中提到的案例，宁德新时代和江苏塔菲尔涉案两亿索赔标的专利侵权诉讼案，塔菲尔的核心人员均出自宁德时代，业内人士分析，此起重大诉讼只是“清理门户”的一个开始。

对于有历史渊源的专利纠纷，笔者建议，在准备发起专利诉讼前期，要做出充分和长期的调查分析，以及对方可能做出的反击，及早提出应对举措，只要发起专利诉讼，就要给予对方足够强的打击，让对手无反扑的可能。

第三部分 结束语

随着各行各业前期红利和政策补贴时代的结束，高利润的时代也即将拉下帷幕，为了争夺点滴市场份额，企业主体之间竞争剧烈程度将超过过往任何一个时代，企业之间利益冲突形式也必将呈多样化趋势，专利武器也势必与利益冲突绑架在一起，笔者衷心期盼专利不是杀伤性的武器，而是承担着企业利益冲突再平衡的角度。（系列文章未完待续）

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 制造业

品源资讯

NO.1 重磅！ 中共中央 国务院：加快建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度

中央文件

（受权发布）中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见

2020-05-18 19:00:01 来源：新华网

新华社北京5月18日电

中共中央 国务院

关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见

（2020年5月11日）

社会主义市场经济体制是中国特色社会主义的重大理论和实践创新，是社会主义基本经济制度的重要组成部分。改革开放特别是党的十八大以来，我国坚持全面深化改革，充分发挥经济体制改革的牵引作用，不断完善社会主义市场经济体制，极大调动了亿万人民的积极性，极大促进了生产力发展，极大增强了党和国家的生机活力，创造了世所罕见的经济快速发展奇迹。同时看到，中国特色社会主义进入新时代，社会主要矛盾发生变化，经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，面临新发展格局新挑战，我国市场经济体制不健全，市场主体活力不足，政府和市场关系尚未完全理顺，经济

近日，《中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》印发，《意见》表示：完善和细化知识产权创造、运用、交易、保护制度规则，加快建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度，加强企业商业秘密保护，完善新领域新业态知识产权保护制度。

《中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》（下称《意见》）近日印发，《意见》共分八个方面其中，涉及知识产权工作相关部署摘编如下：

一、夯实市场经济基础性制度，保障市场公平竞争

全面完善产权制度。健全归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅的现代产权制度，加强产权激励。完善以管资本为主的经营性国有资产产权管理制度，加快转变国资监管机构职能和履职方式。健全自然资源资产产权制度。健全以公平为原则的产权保护制度，全面依法平等保护民营经济产权，依法严肃查处各类侵害民营企业合法权益的行为。落实农村第二轮土地承包到期后再延长30年政策，完善农村承包地“三

权分置”制度。深化农村集体产权制度改革，完善产权权能，将经营性资产折股量化到集体经济组织成员，创新农村集体经济有效组织形

式和运行机制，完善农村基本经营制度。完善和细化知识产权创造、运用、交易、保护制度规则，加快建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度，加强企业商业秘密保护，完善新领域新业态知识产权保护制度。

二、构建更加完善的要素市场化配置体制机制，进一步激发全社会创造力和市场活力

推进要素价格市场化改革。健全主要由市场决定价格的机制，最大限度减少政府对价格形成的不当干预。完善城镇建设用地价格形成机制和存量土地盘活利用政策，推动实施城镇低效用地再开发，在符合国土空间规划前提下，推动土地复合开发利用、用途合理转换。深化利率市场化改革，健全基准利率和市场化利率体系，更好发挥国债收益率曲线定价基准作用，提升金融机构自主定价能力。完善人民币汇率市场化形成机制，增强双向浮动弹性。加快全国技术交易平台建设，积极发展科技成果、专利等资产评估服务，促进技术要素有序流动和价格合理形成。

三、创新政府管理和服务方式，完善宏观经济治理体制

加快建立现代财税制度。优化政府间事权和财权划分，建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系，形成稳定的各级政府事权、支出责任和财力相适应的制度。适当加强中央在知识产权保护、养老保险、跨区域生态环境保护等方面事权，减少并规范中央和地方共同事权。完善标准科学、规范透明、约束有力的预算制度，全面实施预算绩效管理，提高财政资金使用效率。依法构建管理规范、责任清晰、公开透明、风险可控的政府举债融资机制，强化监督问责。清理规范地方融资平台公司，剥离政府融资职能。深化税收制度改革，完善直接税制度并逐步提高其比重。研究将部分品目消费税征收环节后移。建立和完善综合与分类相结合的个人所得税制度。稳妥推进房地产税立法。健全地方税体系，调整完善地方税税制，培育壮大地方税税源，稳步扩大地方税管理权。

来源：新华网

NO.2

《视听表演北京条约》4月28日生效



新 中国成立以来第一个在我国缔结、以我国城市命名的国际知识产权条约——《视听表演北京条约》（简称《北京条约》）于4月28日生效。

《北京条约》于2012年6月26日在北京缔结，是联合国专门机构——世界知识产权组织管理的一项旨在保护表演者权利的国际版权条约。根据条约生效条款，其将在30个成员国批准、加入3个月后生效。今年1月28日，印度尼西亚成为该条约关键的第30名成员，这一备受瞩目的国际版权条约得以在4月28日生效。

《北京条约》的缔结和生效，将全面提升国际社会对表演者权利保护的水平，从而充分保障视听表演者的权利，进一步激发其创造热情，丰富精神文化产品，推动视听产业健康发展，保护传统文化和民间文艺，

促进文化多样性发展。世界知识产权组织总干事高锐先生高度赞扬《北京条约》，称其为国际知识产权保护的一个重要里程碑。

作为条约缔结地，中国政府在推动《北京条约》缔结和生效方面开展了富有成效的工作。2012年，由国家版权局和北京市人民政府联合承办的世界知识产权组织保护音像表演外交会议在北京召开，中国政府积极协调、推动《北京条约》顺利缔结，得到世界知识产权组织及参会的156个成员国、6个政府间组织、45个非政府组织的高度赞赏，认为会议体现出的“理解、支持、包容、合作”的“北京精神”将持续推进国际知识产权合作与发展。2014年4月24日，十二届全国人大常委会第八次会议批准了《北京条约》，中国成为条约的第五个成员国。多年来，中国与世界知识产权组织一直密切合作，通过多种方式和渠道宣传、推广条约的重要意义，就国际层面加大表演者权利保护，促进电影、音乐等文化产业发展达成更多共识，越来越多的国家相继批准、加入了《北京条约》。

《北京条约》的生效，是惠及全球表演者的新起点，将进一步完善国际知识产权体系。国家版权局将继续与世界知识产权组织合作，积极推动更多的国家批准、加入《北京条约》，也将以《北京条约》的生效为契机，不断完善版权保护体系，推动包括视听表演在内的版权产业的高质量发展。

来源：国家版权

NO.3

浙江省台州市路桥区
发放千万大额知识产权混合质押贷款

5月25日，浙江博拓里尼机械股份有限公司在浙江省台州市路桥区市场监管局等相关部门的帮助与协调下，成功获得《专利权质押登记通知书》。5月26日12:05，该企业率先从泰隆银行获得3000万元知识产权混合质押贷款，单笔授信额度为浙江省最高，同时也是浙江省首家获批千万大额知识产权混合质押贷款的企业。

“此次通过知识产权混合质押获得贷款授信，成功解决了公司融资难题，让我们持续扩大生产的底气更足了。”该公司董事长陈灵军满脸兴奋。

浙江博拓里尼机械股份有限公司是一家以生产各类工业使用的清洗机以及配件的制造型小微企业，已被台州市政府列入第三批“瞪羚企业”培育名单。复工后，场地限制以及厂房购置资金短缺成为企业发展最大的问题。经过深入分析，路桥区市场监管局和泰隆银行走访人员发现，其拥有的清洗机核心发明专利和多个实用及外观专利具有较高

的技术含量和市场价值，企业的品牌注册商标受到了市场的高度认可，产品也具有广阔的市场前景和发展潜力。

“根据企业情况，我们马上匹配‘知识产权混合质押贷款’产品，无需抵押，无需第三方担保，迅速为企业提供免费、专业的专利及商标评估登记服务，并于26日发放3000万元贷款。”泰隆银行台州分行副行长徐进说。

据悉，作为浙江省知识产权混合质押融资的唯一试点单位，专利加商标质押形式的混合质押担保贷款是路桥区市场监督管理局积极迎合台州市小微企业金融服务需要、重点首推创新的金融合作服务项目，旨在让广大小微企业多渠道享受金融服务，促进企业知识产权成果转化，助力小微企业盘活无形资产，提高企业融资增信。

来源：中国质量新闻网

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 搞干货

品源资讯

NO.4 甘肃省与腾讯云战略合作 共建非物质文化遗产大数据平台



数字化技术正给古老文化注入新活力。记者5月7日获悉，甘肃省文旅厅与腾讯云达成战略合作，共建甘肃省非物质文化遗产大数据平台，要把兰州清汤牛肉面、皮影戏、造纸术、秦腔、甘肃民间故事等非物质文化遗产数据搬上云端，建立甘肃省非物质文化遗产标准目录，形成统一的上传、存储、管理、展示平台。同时，这也是西北地区非物质文化遗产首次“上云”。

数字化手段解决非物质文化遗产保护四大痛点

中国历史悠久、文化底蕴厚重，拥有丰富多彩的非物质文化遗产，然而由于保护工作起步晚、时间短、投入不足、力度不够等诸多因素，遗产保护长期形成了数据储存乱、数据提取费力、数字化传播不足、数据价值挖掘难四大痛点。

基于此，甘肃省文旅厅携手腾讯云，建设非物质文化遗产大数据平台，致力解决非物质文化遗产保护的难点，以此实现非物质文化遗产数据的保护与传播。

以往，非物质文化遗产信息存储方式以电脑硬盘、移动硬盘、光盘等为主，由各地州市县自行管理，非物质文化遗产项目资料种类格式繁多复杂，且不利于统一管理。针对这一问题，通过联合腾讯云建设非物质文化遗产资料汇聚系统，将分布在甘肃省各地州市县非物质文化遗产项目管理员电脑硬盘、移动硬盘、CD光盘等多种形式多样、数量巨大的非物质文化遗产资料整合，构建非物质文化遗产数据系统。

为了方便非物质文化遗产数据提取，甘肃省文旅厅与腾讯云重点建设了非物质文化遗产资料实时检索与展示系统，用户进行关键词检索即可展示非物质文化遗产相关内容，并可按用户所需实时下载，包括门户网站及“甘肃非遗”小程序。

“甘肃非遗”小程序进行图片、视频、音频等在线展示，让用户不受时间、空间限制了解甘肃各大类别的非物质文化遗产信息。同时，通过小程序的灵活分享，也促进了甘肃非物质文化遗产文化的传播。

西北地区非物质文化遗产首次“上云”

甘肃不仅非物质文化遗产丰富，更有一些是全国独有，具有很大的文化与经济价值。因此，在非物质文化遗产数据价值方面，未来双方将进一步完善平台申报审批、传承保护进度监督、文化创意授权的功能。

通过建设非物质文化遗产大数据平台，推动西北地区非物质文化遗产首次“上云”，也是腾讯云智慧文旅业务在甘肃省文旅产业的一次新探索。

过去三年来，腾讯文旅致力于推进甘肃文旅产业智慧化、信息化发展和服务，统筹推进“丝路游甘肃、文化游甘肃、乡村游甘肃、智慧游甘肃”四个游甘肃建设。不久前，腾讯云与甘肃省文旅厅达成了战略合作，双方将借鉴腾讯“一机游”全域智慧旅游模式，打造“一部手机游丝路”综合服务平台，为用户提供丝路沿线一体化的“吃、住、行、游、购、娱”服务内容，实现特色线路产品及公共服务的全流程智慧化体验。此外，双方还将共同探索甘肃敦煌、农耕、丝路传统文化与数字文化的融合，实现传统文化的活化与传承。

腾讯云与甘肃省的再一次携手，不仅推动了甘肃省非物质文化遗产资源的数字化整合，也为其他省市非物质文化遗产数据数字化管理提供参考标准。腾讯云也将以甘肃省为样本，继续做好产业升级的数字化助手，助力文旅产业的智慧化建设与发展。

来源：中国新闻网

BEYOND INFORMATION • 专注于 精品源资讯

品源资讯

同时，实时检索与展示系统也为非物质文化遗产的数字化传播提供了新办法。通过

NO.5 华为撤回对传音控股侵权诉讼 双方达成和解

6月5日晚间，深圳传音控股股份有限公司发布公告表示，于2020年6月5日收到广东省深圳市中级人民法院出具的《民事裁定书》（2019）粤03民初3804号。根据该裁定书，就原告华为技术有限公司起诉公司及子公司深圳传音制造有限公司、深圳市泰衡诺科技有限公司、惠州埃富拓科技有限公司、深圳市智讯拓科技有限公司、重庆传音科技有限公司著作权侵权纠纷一案，法院裁定准许原告撤回起诉。

传音表示，依据广东省深圳市中级人民法院对本案件的裁定，预计对公司生产经营和财务情况不会造成重大不利影响。公告中显示双方已经达成和解，但是没有披露具体细节。根据法院裁定，准许原告华为技术有限公司撤回起诉。案件受理费人民币141800元，减半收取70900元，由原告华为技术有限公司负担，其余部分退还原告。

去年10月7日，传音控股发布公告，对此前外界高度关注的“华为起诉传音”一事作出正式回应。公告中提到事件起因是华为认定传音控股及其相关子公司将华为享有著作权的“珍珠极光 Pearl 主题壁纸”美术作品仅作简单调整色彩纯度后，便持续用于传音所开发的多款手机系统内、作为预置壁纸，并在发布会、网页展示、广告等商业宣传活动中使用该壁纸。这些行为侵犯了华为的署名权、修改权等人身权利。鉴于此，华为请求法院判令传音控股及其前述五家子公司立即停止侵权，索赔2000万元，并在官网公开道歉及承担全部诉讼费用。

对此，传音控股表示，若经法院判决认定构成侵权，公司将以其他图片替代涉嫌侵权图片作为预置壁纸，完成替换后预计不会影响公司涉案手机产品的正常销售。

来源：集微网

NO.6 浙江发布 2019 年商标品牌发展报告 商标发展居全国第二

5月8日，《2019年浙江省商标品牌发展报告》（以下简称《报告》）正式发布。

据了解，《报告》由浙江省市场监管局委托浙江工商大学商标品牌研究院联合编撰，采集了2019年全省及11个市的商标发展相关数据，显示了浙江省商标注册便利化改革进一步深化、商标品牌指导体系日益完善、商标执法持续深入、商标监管体系健全、集群品牌建设提升、商标跨区合作有效推进。

《报告》显示，截至2019年年底，浙江省累计商标有效注册量达2503624件，位居全国第二。截止至2019年底浙江省共有驰名商标646件，驰名商标数量排名前五位的设区市分别为：杭州（157件），宁波（95件），绍兴（83件），金华（76件），温州（70件）。同时，浙江省商标国际注册呈向好态势。截至2019年底，浙江省马德里商标国际注册量达5795件，年增长量为559件。

据《报告》统计，浙江省地理标志强企富农工作持续推进。截止至2019年底，浙江省地理标志证明商标共有240件，2019年全省地理标志证明商标增长量为16件。2019年，浙江省市场监管局联合省农业农村厅共同研究制定下发《关于开展农产品品牌品质提升行动的实施意见》，通过打造符合浙江实际、达到国内领先水平的农产品品牌建设标准体系，建立以企业为龙头、以区域为依托、以品质为核心、以品牌为引领、以市场为导向的“双品提升”工作机制，并组织开展2019年春节期间地理标志保护、春茶地理标志保护、秋季地理标志保护和地

理标志保护资源普查等地理标志专项保护工作。全省新培育申报地理标志商标30件，地理标志证明商标16件，累计培育各类区域品牌41件。

《报告》显示，浙江省商标行政保护持续加强。2019年，浙江省市场监管部门共查处商标违法案件4425件，比2018年（4339件）增加了1.98%；查处商标违法案件的案值为7209.44万元。同时，商标注册便利化改革成果进一步显现。2019年浙江省开展商标质押登记涉及企业单位583家，担保债权金额90.77亿元，涉及商标2728件。与上年同期相比，商标质押所涉商标数和金额分别增长46.98%和10.43%。浙江省商标质押登记数已连续三年居全国首位。

另外，《报告》也揭示了浙江商标品牌发展过程存在的不足，具体包括：商标品牌发展不平衡有待改进、商标品牌平均产出规模有待提升、商标品牌运作管理有待完善等。

《报告》还从优化商标品牌服务基础、提升商标品牌服务效能，加强商标知识产权保护、优化公平法制营商环境，增强企业商标品牌意识、发挥品牌建设主体作用，开展商标品牌示范引领、提升区域品牌集群价值，加强商标品牌高端培育、创新驱动提升竞争动能，创新商标知识产权服务、释放知识产权运营活力等角度提出了浙江省未来商标品牌发展的措施。

来源：央广网

BEYOND INFORMATION • 专注于 精于业

品源资讯

NO.1 欧洲议会批准新版权法

脸书、谷歌收录新闻也要付费

继“史上最严隐私数据保护条例”在欧盟生效后，当地时间3月26日，欧洲议会以348票赞成、274票反对表决通过了备受争议的《数字单一市场版权指令》（Directive on Copyright in the Digital Single Market，下称：《指令》）。

据CNBC报道，该指令旨在更新欧洲的版权法，以适应互联网时代的需要。其要求发布平台与音乐家、作者和新闻出版商签署许可协议，才能在线发布后者的作品。值得注意的是，《指令》要求谷歌新闻等聚合平台在收录新闻、展示信息来源网站链接时，需要向出版商或来源网站付费。而这将对谷歌、脸书、Youtube等科技巨头的商业模式产生深远影响。据了解，虽然《指令》已经通过了欧洲议会的批准，但还需得到欧洲委员会（Council of Europe）委员同意。

EU lawmakers approve copyright reforms that could have a big impact on Google, Facebook

PUBLISHED TUE, MAR 26 2019 - 8:12 AM EDT | UPDATED TUE, MAR 26 2019 - 1:54 PM EDT

报道截图

CNBC称，此前，媒体公司长期抱怨谷歌和其他在线平台通过发布其内容获利，但未给予补偿。而新《指令》规定“链接税”：如果互联网平台（包括聚合网站、搜索引擎、社交媒体等）展示了某条新闻的部分内容，或链接了相关新闻，就需要向刊发这条新闻的媒体付费。此外，新《指令》迫使科技公司积极主动地从其网站上删除未经许可的受版权保护的资料，而不是等到有投诉才采取行动。如果平台没有阻止上传，就要对侵权行为负责。这无疑直接影响了谷歌、脸书、Instagram、Youtube等网络平台，投票引发了欧盟立法领域多年来最激烈的游说行动。

《纽约时报》指出，反对《指令》的科技巨头和数字权益人士表示，此举将导致审查，并限制信息共享。同时，《指令》有助于将观众和广告收入引向媒体渠道。而在版权持有者等支持者看来，此举将保护欧洲的创意产业，并迫使企业支付其在网上分享信息。“支持者利用对科技行业强烈反对，主张立法将有助于削弱硅谷在欧洲的力量。”报道写道，而欧盟对该行业的强硬立场也被其他国家视为对谷歌和脸书等技术平台进行管控的例子。

《金融时报》认为，新版权法非常严厉，但它是必须的——数字监管提供了一种约束科技巨头垄断的渠道，并称“是时候结束蛮荒式的互联网时代了”。

将“导致法律上的不确定性，并将损害欧洲的创意行业和数字经济。”

“细节很重要，”声明说，“当欧盟成员国开始实施上述新指令后，我们期待与政策制定者、出版商、作者和版权持有者合作。”推特方面表示，它担心周二投票对互联网产生的潜在影响。“我们将根据《指令》实施情况，继续与欧盟成员国和民间团体进行合作，”该公司发言人表示。脸书则拒绝就此发表评论。而代表谷歌、脸书、亚马逊、Airbnb和推特等公司的欧洲贸易集团艾拉姆利女士（Ms. El Ramly）表示，欧洲议会批准的《指令》留下了太多的揭示空间，需要接受法庭问询。“按这个方向走下去，我们将陷于那种为了搞清楚文本含义而诉讼不断的境地，而审查就需要花费几年时间。”

“只有的大玩家才玩得起”，报道认为，根据新《指令》，网站所有者将对其网站内容承担更多责任，对于依赖用户生产内容的网站而言，可能要付出昂贵的代价。



小型网站运营商对上述《指令》更是强烈反对，认为只有大型技术平台才有能力遵守，比如谷歌、脸书已经用过过滤技术来删除一些违法内容，包括色情内容。欧联网络浏览器Mozilla政策负责人莱根·麦克唐纳（Raegan MacDonald）说：“这种法律通常只有根深蒂固的大玩家才玩得起。”

对于像谷歌新闻这类收集和展示信息的平台，《指令》要求其需从发布者处获取新的许可。事实上，在西班牙通过类似法律后，谷歌已经关闭了该国的新闻频道。上周末，欧洲维基百科在几个欧洲国家被关闭，以抗议新《指令》，此外还有数千人在几个城市举行集会表示反对。据了解，上述《指令》的提案最早于2016年9月公布，并于2018年7月、9月在欧洲议会接受过两轮投票表决。

来源：观察者网 作者：奕含

BEYOND INFORMATION • 电子眼 精英

品源资讯

“新指令将导致不确定性”，在欧洲议会完成投票后，谷歌发表声明表示，新《指令》

NO.2 韩文化部长官：保护著作权应对影视剧海外非法流通

据韩媒报道，5月27日下午，韩国著作权保护协会与学界专家进行的讨论会中对极速变化的数字媒体环境下著作权保护问题进行了讨论。新冠肺炎疫情下网络视频项目的需求剧增，因此对网络项目的非法流通及侵害状况，还有韩流项目及韩国IPTV、OTT进军海外的支援方案进行了协议。

韩国文化体育观光部长官朴良雨表示：在新冠肺炎疫情造就的环境下我们需要让优秀的韩流项目进军海外，而韩国著作权保护院需要起到主导作用。我们国家数字媒体项目的网络流通环境高度发达，因此著作权政策也不是模仿其它国家而是需要给其它国家起个示范作用。

业界对韩流项目的非法流通等问题深表忧虑。电影制作公司和韩国电影数字流通协会建议使用能够追踪韩国电影非法外流的“盗版防止

图案”（防伪水印）。海外电影在IPTV和OTT流通时，通过签约能使用防伪水印，但是韩国电影大部分都没有使用这一警告事项。

朴长官表示：在21届国会上改善著作权法更为合适。对于防伪水印，如果有必要可以通过企业示范，届时政府可能会提供预算。

另外，文化体育观光部将把今天的建议事项反映到明年的预算之中，预计拨出50亿（3000万人民币）左右的韩流项目保护费用。对于海外非法复制流通这一点，会通过海外著作权办公室进行调查，并将与当事国家强化共同协助。

来源：网易娱乐

NO.3 起诉大疆侵权三项美专利全部无效！无人机337调查落幕

5月22日，美国飞翰律师事务所（Finnegan）称，其代理的美国商务部国际贸易委员会（ITC）根据337条款对深圳大疆和若干相关实体（以下统一简称“大疆”）展开调查一案取得重要进展，大疆被控侵权的三项专利中的相关权利要求截止北京时间5月21日晚已全部宣告无效。因此，大疆在美国的运营与销售没有受到此次历时近两年的337调查的任何影响。

记者就这一消息向大疆求证，大疆方面肯定信息属实，没有发表更多评论。据早前报道，这一案件自2018年8月30日，由深圳道通在美子公司Autel Robotics向ITC发起请求，ITC根据Autel主张的三项专利（美国专利号分别为US7,979,174, US9,260,184和US10,044,013）于2018年10月2日开始调查。而据该律所介绍，凭借这三项专利，Autel试图阻止大疆在美国销售具有智能操作（如避障）（‘174专利’），电机桨叶片（‘184专利’）或夹在无人机上的电池（‘013专利’）的无人机。

律所称，在调查过程中，大疆指出了该案中的许多问题。2020年3月2日，首席行政法官（CALJ）Bullock发布了对大疆有利的初步裁决（ID）。CALJ在ID中判定大疆没有侵犯‘174专利’，道通没有任何有关‘174专利’的国内产业实践。同时，‘174专利’被现有技术预期或显而易见，并且法官认为其权利要求属于抽象概念、不满足35U.S.C. § 101条款因而无效。CALJ判定许多被指控的DJI产品没有侵犯184专利权，他还根据多个理由判定‘013专利’权利要求是无效的。

据介绍，2020年3月2日，ITC首席行政法官（CALJ）Bullock发布了对大疆有利的初步裁决（ID）。CALJ在ID中判定大疆没有侵犯US7,979,174，还根据多种理由判定US10,044,013专利权主张是无效的。同时，CALJ判定许多被指控的大疆产品没有侵犯US9,260,184专利权。

同时，大疆于2018年底在美国专利局（USPTO）专利审判和上诉委员会（PTAB）提出了双边复审（inter partes review），对ITC程序中涉及的所有三项专利的主张提出异议。2020年5月13日，PTAB宣布‘174专利’的所有权利要求均无效。2020年5月14日，PTAB认定‘013专利’权利要求中的所有权利要求无效。然后，2020年5月21日，PTAB认定所有大疆提出异议的‘184专利’权利要求无效，这为DJI赢得了又一次胜利。

ITC目前正在决定是否审核CALJ的ID。该律所认为，委员会不太可能根据这三项已经无效的专利来执行任何排除令或禁售令。因此，大疆在美国的运营与销售将不受此次337调查的任何影响。

据介绍，发布消息的美国飞翰律师事务所代表大疆应对此次337调查，此外美国K&S律师事务所代表大疆创新参与了对US10,044,013和US9,260,184专利的双边复审。

来源：环球网

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 精英行业

品源资讯

NO.4 美国专利商标局裁定：人工智能不能被列为发明人

据外媒报道，当地时间周一，美国专利商标局（USPTO）公布了一项裁定结果，声称人工智能不能被列为发明人。目前，只有“自然人”才有权利获得专利。去年，两项相对平凡的专利——一种可变形的食品容器和一种应急手电筒——给全世界的国际专利法规提出了一个存在的问题：发明人必须是人吗？

这两项发明是物理学家和人工智能研究者 Stephen Thaler 创造的人工智能系统 DABUS 的作品。现在，USPTO 已经裁定，DABUS 和其他任何人工智能都不能被列为专利申请中的发明人。

在此之前，美国专利法对机器是否可以发

明的规定很模糊，指的是“个人”作为合格的发明人。Thaler 和一群专利法专家认为，由于 Thaler 在容器或手电筒方面没有任何专业知识，也没有帮助 DABUS 制造这些发明，因此他被列为发明人是不合适的。

“如果我教我的博士生这样做，而他们去做一个最终复杂的想法，这并不能使我成为他们专利上的发明人，所以在机器上也不应该是发明人。”领导人工智能专利项目的法律专家、英国萨里大学的法律和健康科学教授 Ryan Abbott 去年告诉《华尔街日报》。

在英国，根据当地禁止非自然人发明的专利法，DABUS 专利被驳回。随着本周的宣布，美国也紧随其后，规定“只有自然人可以在专利申请中被列为发明人。”

来源：cnBeta.COM



NO.5 针对夏普告咸阳彩虹光电等专利侵权案，ITC 启动 337 调查

据经济日报报道，夏普（SHARP）5月22日宣布，针对此前咸阳彩虹光电科技有限公司、TPV Technology Limited 及其子公司，以及 VIZIO 等公司提起的专利侵权案，美国国际贸易委员会已于5月21日（美国时间）启动“337调查”。



以及 VIZIO, Inc. 等公司提起专利侵权诉讼，美国国际贸易委员会（ITC）已于2020年5月21日（美国时间）启动美国关税法第337条调查。

据悉，夏普向 ITC 陈明本案已正当提起诉讼，并请求启动调查，诉讼中夏普也提及该公司在美国液晶市场所做的重大、持续性投资。

夏普请求 ITC 保护其专利免受侵害，并发布限定排除命令以禁止彩虹光电侵权产品和使用彩虹光电侵权面板的产品进入美国，同时发布停止命令以禁止彩虹光电与其他被告在美国宣传及销售侵权设备及产品。

ITC 的最终判决预计会在夏普专利侵权诉讼宣判之前发布。

来源：经济日报

夏普在今年4月21日对咸阳彩虹光电、TPV Technology Limited 及其子公司，

BEYOND INFORMATION • 专注于 科技行业

品源资讯

NO.6 “乔丹 + 图形” 商标被撤！中国乔丹侵权案终审败诉

飞人乔丹，在篮球场上的绝杀，曾经让一个时代的篮球迷们痴狂。最近，他又完成了一次最后的逆袭，不过，这次“绝杀”对老飞人来说，真的不是那么容易！

最高人民法院网站信息显示，对于此前争议颇大的美国 AIR JORDAN 品牌状告中国乔丹体育公司商标侵权案做出裁决，被诉裁定、一审、二审判决认定事实和适用法律均有错误，应予撤销，乔丹体育公司第 25 类服装鞋帽袜等商品上的 6020578 号“乔丹 + 图形”商标被撤。



最高人民法院的终审判决显示：

- 1、撤销北京市高级人民法院(2015)高行(知)终字第1575号行政判决；
- 2、撤销北京市第一中级人民法院(2014)一中行(知)初字第9172号行政判决；
- 3、撤销原国家工商行政管理总局商标评审委员会商评字〔2014〕第052424号关于第6020578号“乔丹及图”商标争议裁定；
- 4、由国家知识产权局对第6020578号“乔丹及图”商标重新作出裁定。

综上所述，被诉裁定、一审、二审判决认定事实和适用法律均有错误，应予撤销。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第四条、第九十九条，《中华人民共和国侵权责任法》第二条、第二十条，2001年修正的《中华人民共和国商标法》第十条第一款第(八)项、第三十一条、第四十一条第一款，参照《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第六条第二款，以及依照《中华人民共和国民事诉讼法》第七十条、第八十九条第一款第(二)项，《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第一百一十九条第一款、第一百二十二条规定，判决如下：

- 一、撤销北京市高级人民法院(2015)高行(知)终字第1575号行政判决；
 - 二、撤销北京市第一中级人民法院(2014)一中行(知)初字第9172号行政判决；
 - 三、撤销原国家工商行政管理总局商标评审委员会商评字〔2014〕第052424号关于第6020578号“乔丹及图”商标争议裁定；
 - 四、由国家知识产权局对第6020578号“乔丹及图”商标重新作出裁定。
- 一审案件受理费100元，二审案件受理费100元，均由国家知识产权局负担。本判决为终审判决。

资料显示，乔丹和中国乔丹体育自2012年以来官司不断，双方争议的一个焦点在于姓名权，乔丹认为中国乔丹体育注册使用的商标会造成公众对产品来源的误认，扰乱正常的市场秩序，并以此申请撤销对上述商标的注册。

乔丹体育代理律师认为乔丹本人的姓氏为 JORDAN，这和 QIAODAN 相比有很大不同，而且 JORDAN 只是美国一个普通的姓氏，很难认定中国乔丹体育与迈克尔·乔丹本人存在必然联系。虽然乔丹本人拥有很高的社会知名度，但这并不代表他的姓氏在产品商标方面拥有特权。

此前，乔丹在一审和二审均败诉。二审败诉后，乔丹作为再度申请人向最高院申请再审，请求最高院：撤销被诉裁定以及一、二审判决，判令商标评审委员会对争议商标重新作出裁定。其主要理由为：

- 1、有新证据足以推翻二审判决中认定的事实。二审庭审后，中国新闻网联合数字100市场研究公司发起了一项在线调查，该份在线调查结果本身就足以推翻商标评审委员会和一、二审法院关于“双方已分别形成了各自的消费群体和市场认知”的错误认定。
- 2、一、二审判决否认“乔丹”“QIAODAN”“”或“”等标识与再审申请人的对应关系，属事实认定错误。

最高院审理后认为，被诉裁定、一审、二审判决认定事实和适用法律均有错误，应予撤销。

从屡次被驳到最后逆转获胜，再度申请人依据市场对于“乔丹”的认知性获得了胜诉。

来源：集微网



4180000 件

超 418 万件（国家版权局：全国著作权 2019 年登记总量超 418 万件 同比增 21.09%）

3月25日，国家版权局对外发布全国著作权登记情况。2019年全国著作权登记总量达4186549件，相比2018年的3457338件，同比增长21.09%。根据各省（区、市）版权局和中国版权保护中心的作品登记信息统计，去年全国共完成作品登记2701564件，相比2018年的2351952件，同比增长14.86%，总体呈现持续稳步增长的趋势。其中登记量较多的分别是：北京市1003091件，占登记总量的37.13%；上海市291803件，占登记总量的10.8%。相较于2018年，天津、贵州、甘肃、内蒙古、广西、西藏、吉林、云南、山西、安徽等省（区、市）的作品登记量增长率均超过了100%；陕西、河南、重庆、河北等省（市）的作品登记量增长率均达50%以上。从作品类型看，登记量最多的是美术作品1288139件，占登记总量的47.68%；位居第二的是摄影作品1015620件，占登记总量的37.59%；位居第三的是文字作品179314件，占登记总量的6.64%；位居第四的是影视作品88230件，占登记总量的3.27%。（来源：央广网）

2.68 亿元

2019 年音集协版权许可收入达 2.86 亿元

中国音像著作权集体管理协会（下称音集协）著作权使用费收入创历史新高。5月15日，音集协第二届理事会第九次会议在北京召开，会上发布消息称，2019年音集协著作权许可工作更上一个台阶，各类版权使用费收入达2.86亿元。

据介绍，音集协2019年版权许可费相比2018年度的1.91亿元同比增长49.74%。同时，音集协运营和管理成本为25%，创音集协成立以来的新低。具体而言，在卡拉OK方面，截止到2019年12月31日，音集协已向6683

家卡拉OK场所发放许可，签约合同数量共计7223份，签约金额合计约2.5787亿元，实际到账金额2.585亿元，超额完成了年初的既定目标，较2018年度同比增长47%。（中国知识产权资讯网）

29.2%

欧洲专利局：2019 年中国专利申请增近三成 再创新高

欧洲专利局3月12日发布的2019年专利指数报告显示，2019年中国向欧洲专利局申请的专利数量达12247项，创下新高，比2018年增长29.2%，也是10个主要专利申请国家中的最高增幅。报告显示，2019年，欧洲专利局共收到了超过18.1万份专利申请，比2018年增长4%，创历史新高。申请数排行榜上前三名分别是美国、德国和日本，中国由去年的第五名提升为第四名。根据这份报告，过去10年中，中国公司向欧洲专利局提交的专利申请数量增长了6倍。2019年，中国提交的专利申请主要集中在数字通信、计算机技术、电机、仪器、能源等领域。华为跃居公司专利申请数量排行榜榜首，同时第六次位列数字通信领域专利申请量第一。

300000 条

我国超 13 万家企业从事机器人相关业务 近 5 年新增专利 30 多万条

天眼查专业版数据显示，我国目前共有超13万家企业在从事机器人相关的业务。广东省的机器人行业最发达，其次是江苏省、山东省、浙江省和上海市。这几个地区的机器人企业加起来，占了全国的63%。机器人行业到底有多“高新”？我国机器人行业中，有36%的企业都集中在科学研究和技术服务业，是此类公司行业分布中的最大群体；有26%的企业注册资本都在1000万以上。仅近五年，这13万家企业就新增了30多万条专利。（证券时报e公司）

56.6 倍

最高检工作报告：近 20 年侵犯知识产权犯罪增长 56.6 倍

5月25日下午3时，第十三届全国人民代表大会第三次会议在人民大会堂举行第二次全体会议。最高人民检察院检察长张军同志作工作报告。报告指出：积极作为促创新。起诉侵犯知识产权犯罪一万一千余人，同比上升32.2%。妥善

办理涉技术创新案件。5月25日下午3时，第十三届全国人民代表大会第三次会议在人民大会堂举行第二次全体会议。最高人民检察院检察长张军同志作工作报告，报告指出：积极作为促创新。起诉侵犯知识产权犯罪一万一千余人，同比上升32.2%。妥善办理涉技术创新案件。浙江一企业生产的“平板走步机”因尚无国家标准，涉嫌生产、销售伪劣产品罪。检察机关主动商请质量监管部门研究，走步机国家标准由此确立。1999年至2019年，检察机关起诉严重暴力犯罪从16万余人降至6万人，年均下降4.8%；被判处三年以上刑罚的占比从45.4%降至21.3%。与此同时，从严规范经济社会管理秩序，新类型犯罪增多，“醉驾”取代盗窃成为刑事追诉第一犯罪，扰乱市场秩序犯罪增长19.4倍，生产、销售伪劣商品犯罪增长34.6倍，侵犯知识产权犯罪增长56.6倍。（IPRdaily）

11.6%

中国首发专利密集型产业增加值数据 2018 年占 GDP 比重 11.6%

国家知识产权局、国家统计局3月13日发布联合公告显示，2018年，全国专利密集型产业增加值为107090亿元（人民币，下同），占国内生产总值（GDP）的比重为11.6%。这是中国首次正式发布全国专利密集型产业增加值数据，标志着中国专利密集型产业增加值核算与发布机制正式建立。据国家知识产权局战略规划司有关负责人介绍，为全面反映中国专利密集型产业发展状况，此次发布的增加值数据依据《知识产权（专利）密集型产业统计分类（2019）》，利用第四次全国经济普查结果进行核算。中国专利密集型产业按照经济活动性质分为七大类，具体来看，新装备制造业增加值为32833亿元，占专利密集型产业增加值的比重最高，为30.7%；信息通信技术制造业增加值为21551亿元，所占比重为20.1%；信息通信技术服务业增加值为19472亿元，所占比重为18.2%；新材料制造业增加值为14130亿元，所占比重为13.2%；医药医疗产业增加值为9465亿元，所占比重为8.8%；研发、设计和技术服务业增加值为7215亿元，所占比重为6.7%；环保产业增加值为2424亿元，所占比重为2.3%。国家知识产权局将推动知识产权密集型产业发展作为一项重要工作内容，与国家统计局合作研制了《知识产权（专利）密集型产业统计分类（2019）》，并于2019年4月正式发布实施。在此基础上，双方联合建立专利密集型产业增加值核算和发布机制，此次发布的增加值数据表明，专利密集型产业是中国经济增长的重要支撑力量，为促进经济高质量发展提供了强劲动力。（中国新闻网）

北京市品源律师事务所

护航知识经济大时代

ESCORT
THE AGE OF
KNOWLEDGE ECONOMY



北京市品源律师事务所始终秉承着
“以客户为中心，理解客户的需求；
以质量为中心，专注于长远发展”的
品源理念，为国内外客户提供专业、
高效、优质的知识产权法律服务，获
得广大客户的高度认可。



品源官方微信



品源管理咨询



品源知识产权律师



PECIALITIES
OF BEYOND

专于心 / 精于业

关于
我们

品源2004年6月成立,品源的长足发展和服务品质源于凝聚了一批熟谙国内外知识产权法律法规、具有丰富的知识产权理论和实践经验的专业人士。自成立至今,品源的代理人和律师团队积累了丰富的国内、国际商标、专利、著作权、域名争议、反假冒、知识产权诉讼、特许连锁等实战经验,并一直致力于为广大国内外客户诠释最专业、最高效的知识产权全方位服务。



商标法律服务

商标异议、复审、撤销; 商标行政诉讼
商标侵权工商投诉; 商标侵权民事诉讼
商标海关备案.....



专利法律服务

专利无效诉讼; 专利侵权诉讼
专利复审; 专利海关备案.....



其它纠纷解决

著作权权属纠纷; 著作权侵权诉讼
不正当竞争纠纷; 商业秘密民事\刑事
诉讼; 电商侵权投诉&申诉.....



法律咨询服务

知识产权尽职调查; 侵权警告
调查取证; 合同起草与审查
侵权风险分析.....



品源律师事务所
BEYOND LAW FIRM

www.beyondlaw.cn

info@boip.com.cn

010-63377366

北京市海淀区莲花池东路39号西金大厦6层



宏观 & 政策

《民法典》正式诞生

7 编 1260 条，知识产权相关规定共 52 条



2020 年 5 月 28 日，《中华人民共和国民法典》（以下简称“《民法典》”）正式通过！这部法律自 2021 年 1 月 1 日起施行。新中国几代法律人的夙愿终于得以实现！这是我国民事立法史上具有里程碑意义的一件大事。

《民法典》共 7 编、1260 条，各编依次为总则、物权、合同、人格权、婚姻家庭、继承、侵权责任及附则。

一、为什么没有将知识产权规定单独成编纳入《民法典》？

据此前全国人大常委会法工委主任沈春耀的介绍，在确定哪些内容纳入民法典各分编时，遵循了以下原则：一是内容具有基础性，是民事法律制度的基本规则；二是内容具有普遍性，是社会生活普遍适用的通用规则；三是内容具有稳定性，是经过实践证明切实有效、可以长期适用的惯常规则；四是内容具有平等自愿性，是民事主体在民事活动中依法可采用、可约定的规则。

对于《民法典》为何没有知识产权编的疑惑，全国人大经研究认为目前条件还不成熟，具体理由有两个：一是我国知识产权立法一直采用民事特别法的立法方式，如专利法、商标法、著作权（版权）法，还涉及反不正当竞争法等法律和集成电路布图设计保护条例、植物新品种保护条例等行政法规。“我国知识产权立法既规定民事权利等内容，也规定行政管理等内容，与相关国际条约保持总体一致和衔接。民法典是调整平等民事主体之间的民事法律关系的法律，难以纳入行政管理方面的内容，也难以抽象出不同类型知识产权的一般性规则。”

二是知识产权制度仍处于快速发展变化之中，国内立法执法司法等需要不断调整适应。如现在就将知识产权法律规范纳入民法典，恐难以保持其连续性、稳定性。

由于以上原因，我国知识产权立法仍适宜采用民事特别法的立法方式，针对不同需求，实行单项立法，已有知识产权单行法律仍将继续保留，通过知识产权单行法律健全知识产权相关制度，更有利于加强和完善知识产权保护。民法典中暂不宜设立知识产权编。[1]

当前，知识产权相关立法修法已处于活跃的阶段，5月22日李克强总理在政府工作报告提到，“共同落实中美第一阶段经贸协议”，中美第一阶段经贸协议的开篇就是知识产权相关内容，涉及商业秘密、专利、商标等。其次，《著作权法修正案（草案）》也正在面向全社会公开征求意见。可见，为了保持《民法典》稳定性，暂时不设知识产权编是合理的，在知识产权领域立法修法发展到相对稳定的阶段时，借鉴《民法典》立法“两步走”的策略，制定《中华人民共和国知识产权法典》也不失为一种好办法。

二、《民法典》中涉及知识产权的规定有哪些亮点？

通过对《民法典》结构及条文的初步熟悉，我们不难发现民法典对知识产权的规定主要源于现有单行法律的系统整合，最大的亮点在于直接规定了惩罚性赔偿。

为了加强对知识产权的保护，提高侵权违法成本，《民法典》规定故意侵害他人知识产权，情节严重的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿。

事实上，在2013年修改通过的《商标法》第六十三条首次明确规定了商标侵权行为中惩罚性赔偿；2019年1月4日，全国人大常委会公布的《专利法修正案（草案）》中，也包含了惩罚性赔偿的条文规定；2019年《反不正当竞争法》第十七条规定了惩罚性赔偿；2020年4月26日全国人大常委会公布的《著作权法修正案（草案）征求意见稿》第五十三条规定了惩罚性赔偿。

2020年3月19日，最高人民法院办公厅发布关于印发《最高人民法院2020年度司法解释立项计划》的通知，计划在2021年上半年完成“关于知识产权侵权惩罚性赔偿适用法律若干问题的解释”项目工作。

可以预见，在不久的将来，知识产权侵权类纠纷中都将引入惩罚性赔偿。这对于建设知识产权强国、培育全社会尊重知识产权意识，促进创新创意产业的发展都大有裨益。

此外，《民法典》中规定的知识产权的网络侵权责任规则也是一大亮点，该规则是对《侵权责任法》《电子商务法》《消费者权益保护法》的借鉴完善，是民法典侵权责任编规定的网络侵权责任的特别法。[2]“电子商务知识产权侵权责任”虽由《电子商务法》规定，但其实是“网络侵权责任”的下属概念，两者的规定在主要部分基本相似，存在的区别是：

区别	《电子商务法》	《民法典》侵权责任编
条文数量	电子商务知识产权侵权责任规则有4个条文	网络侵权责任规则是3个条文
特殊规则	电子商务平台经营者终止交易和服务等必要措施	未规定
错误通知的主观要件	规定的是“通知错误”和“恶意发出错误通知”，前者为过失，后者为故意	规定的是“错误通知”，包括故意和过失两种情形
错误通知的受偿主体	受偿主体只规定了平台内经营者	受偿主体包括网络用户，也包括网络服务提供者

值得注意的是，在法律适用时，《电子商务法》第42—45条既适用于电子商务平台发生的知识产权侵权行为，也适用于网络媒介平台发生的知识产权侵权行为。对于电子商务知识产权侵权责任规则的特殊规定，只能适用于电子商务知识产权侵权行为，不能适用于民法典侵权责任编规定的一般网络侵权责任。这将划清一般的网络侵权责任与电子商务知识产权侵权责任的界限，理顺普通法和特别法之间的关系，明晰法律适用界分，有助于司法机关正确进行实践操作。

世界处于百年未有之大变局，疫情终将过去。《民法典》的通过实施是对私权利加强保护的宣言，在新时代《民法典》法治环境建设下，加快推进知识产权保护将为新业态、新领域的发展提供活力，为产业转型升级提供创新保护机制，为中国进一步推进对外开放水平，开拓更广阔世界市场提供新动能。

脚注：

[1] 全国人大常委会法工委回应民法典分编结构安排情况 http://www.legaldaily.com.cn/index/content/2018-08/27/content_7629177.htm?node=20908&from=timeline&isappinstalled=0

[2] 杨立新·规则检视——民法典侵权责任编草案规定之网络侵权责任 . <https://mp.weixin.qq.com/s/dEb-YkItB0WR2KGzPp5bjA>

附录：

知识产权作为一种私权，既属于民法又与传统民法有一些不同，虽然知识产权没有在《民法典》中以独立成编的行使出现，但《民法典》中有诸多涉及知识产权及技术合同的相关规定，笔者统计共52条。

BEYOND INFORMATION ◆ 于千心 杨于业

品源资讯

第一编 总则

第五章 民事权利

第一百二十三条 民事主体依法享有知识产权。知识产权是权利人依法就下列客体享有的专有的权利：（一）作品；（二）发明、实用新型、外观设计；（三）商标；（四）地理标志；（五）商业秘密；（六）集成电路布图设计；（七）植物新品种；（八）法律规定的其他客体。

第二编 物权

第二分编 所有权

第十八章 质权

第四百四十条 债务人或者第三人有权处分的下列权利可以出质：

- （一）汇票、本票、支票；
- （二）债券、存款单；
- （三）仓单、提单；
- （四）可以转让的基金份额、股权；
- （五）可以转让的注册商标专用权、专利权、著作权等知识产权中的财产权；
- （六）现有的以及将有的应收账款；
- （七）法律、行政法规规定可以出质的其他财产权利。

第四百四十四条 以注册商标专用权、专利权、著作权等知识产权中的财产权出质的，质权自办理出质登记时设立。

知识产权中的财产权出质后，出质人不得转让或者许可他人使用，但是经出质人与质权人协商同意的除外。出质人转让或者许可他人使用出质的知识产权中的财产权所得的价款，应当向质权人提前清偿债务或者提存。

第三编 合同

第二分编 典型合同

第九章 买卖合同

第五百零一条 当事人在订立合同过程中知悉的商业秘密或者其他应当保密的信息，无论合同是否成立，不得泄露或者不正当地使用。泄露、不正当地使用该商业秘密或者信息造成对方损失的，应当承担赔偿责任。

第六百条 出卖具有知识产权的标的物的，除法律另有规定或者当事人另有约定外，该标的物的知识产权不属于买受人。

第二十章 技术合同

第八百四十三条 技术合同是当事人就技术开发、转让、许可、咨询或者服务订立的确立相互之间权利和义务的合同。

第八百四十四条 订立技术合同，应当有利于知识产权的保护和科学技术的进步，促进科学技术成果的研发、转化、应用和推广。

第八百四十五条 技术合同的内容一般包括项目的名称、内容、范围和要求，履行的计划、地点和方式，技术情报和资料的保密，技术成果的归属和收益的分配办法，验收标准和方法，名词和术语的解释等条款。

与履行合同有关的技术背景资料、可行性论证和技术评价报告、项目任务书和计划书、技术标准、技术规范、原始设计和工艺文件，以及其他技术文档，按照当事人的约定可以作为合同的组成部分。

技术合同涉及专利的，应当注明发明创造的名称、专利申请人和专利权人、申请日期、申请号、专利号以及专利权的有效期限。

第八百四十六条 技术合同价款、报酬或者使用费的支付方式由当事人约定，可以采取一次总算、一次总付或者一次总算、分期支付，也可以采取提成支付或者提成支付附加预付入门费的方式。

约定提成支付的，可以按照产品价格、实施专利和使用技术秘密后新增的产值、利润或者产品销售额的一定比例提成，也可以按照约定的其他方式计算。提成支付的比例可以采取固定比例、逐年递增比例或者逐年递减比例。

约定提成支付的，当事人可以约定查阅有关会计账目的办法。

第八百四十七条 职务技术成果的使用权、转让权属于法人或者非法人组织的，法人或者非法人组织可以就该项职务技术成果订立技术合同。法人或者非法人组织订立技术合同转让职务技术成果时，职务技术成果的完成人享有以同等条件优先受让的权利。

职务技术成果是执行法人或者非法人组织的工作任务，或者主要是利用法人或者非法人组织的物质技术条件所完成的技术成果。

第八百四十八条 非职务技术成果的使用权、转让权属于完成技术成果的个人，完成技术成果的个人可以就该项非职务技术成果订立技术合同。

第八百四十九条 完成技术成果的个人在有关技术成果文件上写明自己是技术成果完成者的权利和取得荣誉证书、奖励的权利。

第八百五十条 非法垄断技术、妨碍技术进步或者侵害他人技术成果的技术合同无效。

第八百五十一条 技术开发合同是当事人之间就新技术、新产品、新工艺、新品种或者新材料及其系统的研究开发所订立的合同。技术开发合同包括委托开发合同和合作开发合同。技术开发合同应当采用书面形式。

当事人之间就具有实用价值的科技成果实施转化订立的合同，参照适用技术开发合同的有关规定。

第八百五十二条 委托开发合同的委托人应当按照约定支付研究开发经费和报酬；提供技术资料、原始数据；提出研究开发要求；完成协作事项；接受研究开发成果。

第八百五十三条 委托开发合同的研究开发人应当按照约定制定和实施研究开发计划；合理使用研究开发经费；按期完成研究开发工作，交付研究开发成果，提供有关的技术资料和必要的技术指导，帮助委托人掌握研究开发成果。

第八百五十四条 委托开发合同的当事人违反约定造成研究开发工作停滞、延误或者失败的，应当承担违约责任。

第八百五十五条 合作开发合同的当事人应当按照约定进行投资，包括以技术进行投资；分工参与研究开发工作；协作配合研究开发工作。

第八百五十六条 合作开发合同的当事人违反约定造成研究开发工作停滞、延误或者失败的，应当承担违约责任。

第八百五十七条 因作为技术开发合同标的的技术已经由他人公开，致使技术开发合同的履行没有意义的，当事人可以解除合同。

第八百五十八条 在技术开发合同履行过程中，因出现无法克服的技术困难，致使研究开发失败或者部分失败的，该风险由当事人约定；没有约定或者约定不明确，依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的，风险由当事人合理分担。当事人一方发现前款规定的可能致使研究开发失败或者部分失败的情形时，应当及时通知另一方并采取适当措施减少损失；没有及时通知并采取适当措施，致使损失扩大的，应当就扩大的损失承担责任。

第八百五十九条 委托开发完成的发明创造，除法律另有规定或者当事人另有约定外，申请专利的权利属于研究开发人。研究开发人取得专利权的，委托人可以依法实施该专利。研究开发人转让专利申请权的，委托人享有以同等条件优先受让的权利。

第八百六十条 合作开发完成的发明创造，除当事人另有约定外，申请专利的权利属于合作开发的当事人共有。当事人一方转让其共有的专利申请权的，其他各方享有以同等条件优先受让的权利。

合作开发的当事人一方声明放弃其共有的专利申请权的，可以由另一方单独申请或者由其他各方共同申请。申请人取得专利权的，放弃专利申请权的一方可以免费实施该专利。合作开发的当事人一方不同意申请专利的，另一方或者其他各方不得申请专利。

第八百六十一条 委托开发或者合作开发完成的技术秘密成果的使用权、转让权以及利益的分配办法，由当事人约定；没有约定或者约定不明确，依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的，在没有相同技术方案被授予专利前，当事人均有使用和转让的权利。但是，委托开发的研究开发人不得在向委托人交付研究开发成果之前，将研究开发成果转让给第三人。

第八百六十二条 技术转让合同是合法拥有技术的权利人，将现有特定的专利、专利申请、技术秘密的相关权利让与他人所订立的合同。技术许可合同是合法拥

有技术的权利人，将现有特定的专利、技术秘密的相关权利许可他人实施、使用所订立的合同。技术转让合同和技术许可合同中关于提供实施技术的专用设备、原材料或者提供有关的技术咨询、技术服务的约定，属于合同的组成部分。

第八百六十三条 技术转让合同包括专利权转让、专利申请权转让、技术秘密转让等合同。技术许可合同包括专利实施许可、技术秘密使用许可等合同。技术转让合同和技术许可合同应当采用书面形式。

第八百六十四条 技术转让合同和技术许可合同可以约定实施专利或者使用技术秘密的范围，但是不得限制技术竞争和技术发展。

第八百六十五条 专利实施许可合同只在该专利权的存续期限内有效。专利权有效期限届满或者专利权被宣告无效的，专利权人不得就该专利与他人订立专利实施许可合同。

第八百六十六条 专利实施许可合同的许可人应当按照约定许可被许可人实施专利，交付实施专利有关的技术资料，提供必要的技术指导。

第八百六十七条 专利实施许可合同的被许可人应当按照约定实施专利，不得许可约定以外的第三人实施该专利，并按照约定支付使用费。

第八百六十八条 技术秘密转让合同的让与人和技术秘密使用许可合同的许可人应当按照约定提供技术资料，进行技术指导，保证技术的实用性、可靠性，承担保密义务。前款规定的保密义务，不限制让与人或者许可人申请专利，但是当事人另有约定的除外。

第八百六十九条 技术秘密转让合同的受让人和技术秘密使用许可合同的被许可人应当按照约定使用技术，支付使用费，承担保密义务。

第八百七十条 技术转让合同的让与人应当保证自己是所提供的技术的合法拥有者，并保证所提供的技术完整、无误、有效，能够达到约定的目标。

第八百七十一条 技术转让合同的受让人应当按照约定的范围和期限，对让与人提供的技术中尚未公开的秘密部分，承担保密义务。

第八百七十二条 让与人未按照约定转让技术的，应当返还部分或者全部使用费，并应当承担违约责任；实施专利或者使用技术秘密超越约定的范围的，违反约定擅自许可第三人实施该项专利或者使用该项技术秘密的，应当停止违约行为，承担违约责任；违反约定的保密义务的，应当承担违约责任。许可人应当承担违约责任的，参照适用前款规定。

第八百七十三条 受让人未按照约定支付使用费的，应当补交使用费并按照约定支付违约金；不补交使用费或者支付违约金的，应当停止实施专利或者使用技术秘密，交还技术资料，承担违约责任；实施专利或者使用技术秘密超越约定的范围的，未经让与人同意擅自许可第三人实施该专利或者使用该技术秘密的，应当停止违约行为，承担违约责任；违反约定的保密义务的，应当承担违约责任。被许可人应当承担违约责任的，参照适用前款规定。

第八百七十四条 受让人或者被许可人按照约定实施专利、使用技术秘密侵害他人合法权益的，由让与人或者许可人承担责任，但是当事人另有约定的除外。

第八百七十五条 当事人可以按照互利的原则，在合同中约定实施专利、使用技术秘密后续改进的技术成果的分享办法；没有约定或者约定不明确，依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的，一方后续改进的技术成果，其他各方无权分享。

第八百七十六条 集成电路布图设计专有权、植物新品种权、计算机软件著作权等其他知识产权的转让和许可，参照适用本节的有关规定。

第八百七十七条 法律、行政法规对技术进出口合同或者专利、专利申请合同另有规定的，依照其规定。

第八百七十八条 技术咨询合同是当事人一方以技术知识为对方就特定技术项目提供可行性论证、技术预测、专题技术调查、分析评价报告等所订立的合同。

技术服务合同是当事人一方以技术知识为对方解决特定技术问题所订立的合同，不包括承揽合同和建设工程合同。

第八百七十九条 技术咨询合同的委托人应当按照约定阐明咨询的问题，提供

技术背景材料及有关技术资料、数据；接受受托人的工作成果，支付报酬。

第八百八十条 技术咨询合同的受托人应当按照约定的期限完成咨询报告或者解答问题；提出的咨询报告应当达到约定的要求。

第八百八十一条 技术咨询合同的委托人未按照约定提供必要的资料和数据，影响工作进度和质量，不接受或者逾期接受工作成果的，支付的报酬不得追回，未支付的报酬应当支付。

技术咨询合同的受托人未按期提出咨询报告或者提出的咨询报告不符合约定的，应当承担减收或者免收报酬等违约责任。

技术咨询合同的委托人按照受托人符合约定要求的咨询报告和意见作出决策所造成的损失，由委托人承担，但是当事人另有约定的除外。

第八百八十二条 技术服务合同的委托人应当按照约定提供工作条件，完成配合事项；接受工作成果并支付报酬。

第八百八十三条 技术服务合同的受托人应当按照约定完成服务项目，解决技术问题，保证工作质量，并传授解决技术问题的知识。

第八百八十四条 技术服务合同的委托人不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，影响工作进度和质量，不接受或者逾期接受工作成果的，支付的报酬不得追回，未支付的报酬应当支付。

技术服务合同的受托人未按照约定完成服务工作的，应当承担免收报酬等违约责任。

第八百八十五条 在技术咨询合同、技术服务合同履行过程中，受托人利用委托人提供的技术资料和工作条件完成的新的技术成果，属于受托人。委托人利用受托人的工作成果完成的新的技术成果，属于委托人。当事人另有约定的，按照其约定。

第八百八十六条 技术咨询合同和技术服务合同对受托人正常开展工作所需费用的负担没有约定或者约定不明确的，由受托人负担。

第八百八十七条 法律、行政法规对技术中介合同、技术培训合同另有规定的，依照其规定。

第五编 婚姻家庭

第三章 家庭关系

第一千零六十二条 夫妻在婚姻关系存续期间所得的下列财产，为夫妻共同财产，归夫妻共同所有：

- (一) 工资、奖金和其他劳务报酬；
- (二) 生产、经营、投资的收益；
- (三) 知识产权的收益；
- (四) 继承或者受赠的财产，但是本法第一千零六十三条第三项规定的除外；
- (五) 其他应当归共同所有的财产。

夫妻对共同财产，有平等的处理权。

第七编 侵权责任

第二章 损害赔偿

第一千一百八十五条 故意侵害他人知识产权，情节严重的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿。

来源：知识产权那点事

关注！今年政府工作报告中的“知识产权”要点

5月22日，十三届全国人大三次会议在北京开幕，国务院总理李克强作政府工作报告。其中提到，提高科技创新支撑能力。稳定支持基础研究和应用基础研究，引导企业增加研发投入，加快建设国家实验室，重组国家重点实验室体系，发展社会研发机构，深化国际科技合作，加强知识产权保护，实行重点项目攻关“揭榜挂帅”，谁能干就让谁干。

政府工作报告
——2020年5月22日在第十三届全国人民代表大会第三次会议上

国务院总理 李克强

各位代表：现在，我代表国务院，向大会报告政府工作，请予审议，并请全国政协委员提出意见。

这次新冠肺炎疫情，是新中国成立以来我国遭遇的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的公共卫生事件。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，经过全国上下和广大人民群众艰苦卓绝努力并付出牺牲，疫情防控取得重大战略成果。当前，疫情尚未结束，发展任务异常艰巨。要努力把疫情造成的损失降到最低，努力完成今年经济社会发展目标任务。

一、2019年和今年以来工作回顾

去年，我国发展面临诸多困难挑战。世界经济增长低迷，国际经贸摩擦加剧，国内经济下行压力加大。以习近平同志为核心的党中央团结带领全国各族人民攻坚克难，完成全年主要目标任务，为全面建成小康社会打下决定性基础。

——经济运行总体平稳。国内生产总值达到99.1万亿元，增长6.1%。城镇新增就业1352万人，调查失业率在5.3%以下。居民消费价格上涨2.9%。国际收支基本平衡。

——经济结构和区域布局继续优化。社会消费品零售总额超过40万亿元，消费持续发挥主要拉动作用。先进制造业、现代服务业

较快增长。粮食产量保持在1.3万亿斤以上。常住人口城镇化率首次超过60%，重大区域战略深入实施。

——发展新动能不断增强。科技创新取得一批重大成果。新兴产业持续壮大，传统产业加快升级。大众创业万众创新深入开展，企业数量日均净增1万户以上。

——改革开放迈出重要步伐。供给侧结构性改革继续深化，重点领域改革取得新突破。减税降费2.36万亿元，超过原定的近2万亿元规模，制造业和小微企业受益最多。政府机构改革任务完成。“放管服”改革纵深推进。设立科创板。共建“一带一路”取得新成效。出台外商投资法实施条例，增设上海自贸试验区新片区。外贸外资保持稳定。

——三大攻坚战取得关键进展。农村贫困人口减少1109万，贫困发生率降至0.6%，脱贫攻坚取得决定性成就。污染防治持续推进，主要污染物排放量继续下降，生态环境总体改善。金融运行总体平稳。

——民生进一步改善。居民人均可支配收入超过3万元。基本养老、医疗、低保等保障水平提高。城镇保障房建设和农村危房改造深入推进。义务教育学生生活补助人数增加近40%，高职院校扩招100万人。

我们隆重庆祝中华人民共和国成立70周年，极大激发全国各族人民的爱国热情，汇聚起夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利的磅礴力量。我们加强党风廉政建设，扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，严格落实中央八项规定精神，持续纠治“四风”，为基层松绑减负。

BEYOND INFORMATION • 电子眼 精于业

品源资讯

中国特色大国外交成果丰硕。成功举办第二届“一带一路”国际合作高峰论坛等重大主场外交活动，习近平主席等党和国家领导人出访多国，出席二十国集团领导人峰会、金砖国家领导人会晤、亚信峰会、上海合作组织峰会、东亚合作领导人系列会议、中欧领导人会晤、中日韩领导人会晤等重大活动。积极参与全球治理体系建设和改革，推动构建人类命运共同体。经济外交、人文交流卓有成效。中国为促进世界和平与发展作出了重要贡献。

新冠肺炎疫情发生后，党中央将疫情防控作为头等大事来抓，习近平总书记亲自指挥、亲自部署，坚持把人民生命安全和身体健康放在第一位。在党中央领导下，中央应对疫情工作领导小组及时研究部署，中央指导组加强指导督导，国务院联防联控机制统筹协调，各地区各部门履职尽责，社会各方面全力支持，开展了疫情防控的人民战争、总体战、阻击战。广大医务人员英勇奋战，人民解放军指战员勇挑重担，科技工作者协同攻关，社区工作者、公安干警、基层干部、新闻工作者、志愿者坚守岗位，快递、环卫、抗疫物资生产运输人员不辞劳苦，亿万普通劳动者默默奉献，武汉人民、湖北人民坚韧不拔，社会各界和港澳台同胞、海外侨胞捐款捐物。中华儿女风雨同舟、守望相助，筑起了抗击疫情的巍峨长城。

在疫情防控中，我们按照坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策的总要求，抓紧抓实抓细各项工作。及时采取应急举措，对新冠肺炎实行甲类传染病管理，各地启动重大突发公共卫生事件一级响应。坚决打赢武汉和湖北保卫战并取得决定性成果，通过果断实施严格管控措施，举全国之力予以支援，调派4万多名医护人员驰援，快速扩充收治床位，优先保障医用物资，不断优化诊疗方案，坚持中西医结合，全力救治患者，最大程度提高治愈率、降低死亡率。延长全国春节假期，推迟开学、灵活复工、错峰出行，坚持群防群控，坚持“四早”，坚决控制传染源，有效遏制疫情蔓延。加强药物、疫苗和检测试剂研发。迅速扩大医用物资生产，短时间内大幅增长，抓好生活必需品保供稳价，保障交通干线畅通和煤电油气供应。因应疫情变化，适时推进常态化防控。针对境外疫情蔓延情况，及时构建外防输入体系，加强对境外我国公民的关心关爱。积极开展国际合作，本着公开、透明、负责任态度，及时通报疫情信息，主动分享防疫技术和做法，相互帮助、共同抗疫。

对我们这样一个拥有14亿人口的发展中国家来说，能在较短时间内有效控制疫情，保障了人民基本生活，十分不易、成之惟艰。我们也付出巨大代价，一季度经济出现负增长，生产生活秩序受到冲击，但生命至上，这是必须承受也是值得付出的代价。我们统筹推进疫情防控和经济社会发展，不失时机推进复工复产，推出8个方面90项政策措施，实施援企稳岗，减免部分税费，免收所有收费公路通行费，降低用能成本，发放贴息贷款。按程序提前下达地方政府专项债券。不误农时抓春耕。不懈推进脱贫攻坚。发放抗疫一线和困难人员补助，将价格临时补贴标准提高1倍。这些政策使几亿人受益，及时有效促进了保供稳价和复工复产，我国经济表现出坚强韧性和巨大潜能。

去年以来经济社会发展和今年疫情防控取得的成绩，是以习近平同志为核心的党中央坚强领导的结果，是习近平新时代中国特色社会主义思想指引的结果，是全党全军全国各族人民团结奋斗的结果。

我代表国务院，向全国各族人民，向各民主党派、各人民团体和各界人士，表示诚挚感谢！向香港特别行政区同胞、澳门特别行政区同胞、台湾同胞和海外侨胞，表示诚挚感谢！向关心支持中国现代化建设和抗击疫情的各国政府、国际组织和各国朋友，表示诚挚感谢！

在肯定成绩的同时，我们也清醒看到面临的困难和问题。受全球疫情冲击，世界经济严重衰退，产业链供应链循环受阻，国际贸易投资萎缩，大宗商品市场动荡。国内消费、投资、出口下滑，就业压力显著加大，企业特别是中小微企业困难凸显，金融等领域风险有所积聚，基层财政收支矛盾加剧。政府工作存在不足，形式主义、官僚主义仍较突出，少数干部不作为、不会为。一些领域腐败问题多发。在疫情防控中，公共卫生应急管理等方面暴露出不少薄弱环节，群众还有一些意见和建议应予重视。我们一定要努力改进工作，切实履行职责，尽心竭力不辜负人民的期待。

二、今年发展主要目标和下一阶段工作总体部署

做好今年政府工作，要在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，坚决贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，紧扣全面建成小康社会目标任务，统筹推进疫情防控和经济社会发展工作，在疫情防控常态化前提下，坚持稳中求进工作总基调，坚持新发展理念，坚持以供给侧结构性改革为主线，坚持以改革开放为动力推动高质量发展，坚决打好三大攻坚战，加大“六稳”工作力度，保居民就业、保基本民生、保市场主体、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定、保基层运转，坚定实施扩大内需战略，维护经济发展和社会稳定大局，确保完成决战决胜脱贫攻坚目标任务，全面建成小康社会。

当前和今后一个时期，我国发展面临风险挑战前所未有，但我们具有独特政治和制度优势、雄厚经济基础、巨大市场潜力，亿万人民勤劳智慧。只要直面挑战，坚定发展信心，增强发展动力，维护和用好我国发展重要战略机遇期，当前的难关一定能闯过，中国的发展必将充满希望。综合研判形势，我们对疫情前考虑的预期目标作了适当调整。今年要优先稳就业保民生，坚决打赢脱贫攻坚战，努力实现全面建成小康社会目标任务；城镇新增就业900万人以上，城镇调查失业率6%左右，城镇登记失业率5.5%左右；居民消费价格涨幅3.5%左右；进出口促稳提质，国际收支基本平衡；居民收入增长与经济增长基本同步；现行标准下农村贫困人口全部脱贫、贫困县全部摘帽；重大金融风险有效防控；单位国内生产总值能耗和主要污染物排放量继续下降，努力完成“十三五”规划目标任务。需要说明的是，我们没有提出全年经济增速具体目标，主要因为全球疫情和经贸形势不确定性很大，我国发展面临一些难以预料的影响因素。这样做，有利于引导各方面集中精力抓好“六稳”、“六保”。“六保”是今年“六稳”工作的着力点。守住“六保”底线，就能稳住经济基本盘；以保促稳、稳中求进，就能为全面建成小康社会夯实基础。要看到，无论是保住就业民生、实现脱贫目标，还是防范化解风险，都要有经济增

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 产业

品源资讯

长支撑,稳定经济运行事关全局。要用改革开放办法,稳就业、保民生、促消费,拉动市场、稳定增长,走出一条有效应对冲击、实现良性循环的新路子。

积极的财政政策要更加积极有为。今年赤字率拟按3.6%以上安排,财政赤字规模比去年增加1万亿元,同时发行1万亿元抗疫特别国债。这是特殊时期的特殊举措。上述2万亿元全部转给地方,建立特殊转移支付机制,资金直达市县基层、直接惠企利民,主要用于保就业、保基本民生、保市场主体,包括支持减税降费、减租降息、扩大消费和投资等,强化公共财政属性,决不允许截留挪用。要大力优化财政支出结构,基本民生支出只增不减,重点领域支出要切实保障,一般性支出要坚决压减,严禁新建楼堂馆所,严禁铺张浪费。

各级政府必须真正过紧日子,中央政府要带头,中央本级支出安排负增长,其中非急需非刚性支出压减50%以上。各类结余、沉淀资金要应收尽收、重新安排。要大力提质增效,各项支出务必精打细算,一定要把每一笔钱都用在刀刃上、紧要处,一定要让市场主体和人民群众有真真切切的感受。

稳健的货币政策要更加灵活适度。综合运用降准降息、再贷款等手段,引导广义货币供应量和社会融资规模增速明显高于去年。保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定。创新直达实体经济的货币政策工具,务必推动企业便利获得贷款,推动利率持续下行。

就业优先政策要全面强化。财政、货币和投资等政策要聚力支持稳就业。努力稳定现有就业,积极增加新的就业,促进失业人员再就业。各地要清理取消对就业的不合理限制,促就业举措要应出尽出,拓岗位办法要能用尽用。

脱贫是全面建成小康社会必须完成的硬任务,要坚持现行脱贫标准,强化扶贫举措落实,确保剩余贫困人口全部脱贫,健全和执行好返贫人口监测帮扶机制,巩固脱贫成果。要打好蓝天、碧水、净土保卫战,实现污染防治攻坚战阶段性目标。加强重大风险防控,坚决守住不发生系统性风险底线。

今年已过去近5个月,下一阶段要毫不放松常态化疫情防控,抓紧做好经济社会发展各项工作。出台的政策既保持力度又考虑可持续性,根据形势变化还可完善,我们有决心有能力完成全年目标任务。

三、加大宏观政策实施力度,着力稳企业保就业

保障就业和民生,必须稳住上亿市场主体,尽力帮助企业特别是中小微企业、个体工商户渡过难关。

加大减税降费力度。强化阶段性政策,与制度性安排相结合,放水养鱼,助力市场主体纾困发展。今年继续执行下调增值税税率和企业养老保险费率等制度,新增减税降费约5000亿元。前期出台六月前到期的减税降费政策,包括免征中小微企业养老、失业和工伤保险单位缴费,减免小规模纳税人增值税,免征公共交通运输、餐饮住宿、旅游娱乐、文

化体育等服务增值税,减免民航发展基金、港口建设费,执行期限全部延长到今年年底。小微企业、个体工商户所得税缴纳一律延缓到明年。预计全年为企业新增减负超过2.5万亿元。要坚决把减税降费政策落到企业,留得青山,赢得未来。推动降低企业生产经营成本。降低工商业电价5%政策延长到今年年底。宽带和专线平均资费降低15%。减免国有房产租金,鼓励各类业主减免或缓收房租,并予政策支持。坚决整治涉企违规收费。强化对稳企业的金融支持。中小微企业贷款延期还本付息政策再延长至明年3月底,对普惠型小微企业贷款应延尽延,对其他困难企业贷款协商延期。鼓励银行大幅增加小微企业信用贷、首贷、无还本续贷。大幅拓展政府性融资担保覆盖面并明显降低费率。大型商业银行普惠型小微企业贷款增速要高于40%。支持企业扩大债券融资。加强监管,防止资金“空转”套利。金融机构与贷款企业共生共荣,鼓励银行合理让利。为保市场主体,一定要让中小微企业贷款可获得性明显提高,一定要让综合融资成本明显下降。

千方百计稳定和扩大就业。加强对重点行业、重点群体就业支持。今年高校毕业生达874万人,要促进市场化社会化就业,高校和属地政府都要提供不断线的就业服务。做好退役军人就业保障。实行农民工在就业地平等享受就业服务政策。帮扶残疾人、零就业家庭等困难群体就业。我国包括零工在内的灵活就业人员数以亿计,今年对低收入人员实行社保费自愿缓缴政策,涉及就业的行政事业性收费全部取消。资助以训稳岗,今明两年职业技能培训3500万人次以上,高职院校扩招200万人,要使更多劳动者长技能、好就业。

四、依靠改革激发市场主体活力,增强发展新动能

困难挑战越大,越要深化改革,破除体制机制障碍,激发内生发展动力。深化“放管服”改革。

在常态化疫情防控下,要调整措施、简化手续,促进全面复工复产、复市复业。推动更多服务事项一网通办,做到企业开办全程网上办理。放宽小微企业、个体工商户登记经营场所限制,便利各类创业者注册经营、及时享受扶持政策。支持大中小企业融通发展。以公正监管维护公平竞争,持续打造市场化、法治化、国际化营商环境。推进要素市场化配置改革。推动中小银行补充资本和完善治理,更好服务中小微企业。改革创业板并试点注册制。强化保险保障功能。赋予省级政府建设用地更大自主权。促进人才流动,培育技术和数据市场,激活各类要素潜能。提升国资国企改革成效。实施国企改革三年行动。完善国资监管体制,深化混合所有制改革。基本完成剥离办社会职能和解决历史遗留问题。国企要聚焦主责主业,健全市场化经营机制,提高核心竞争力。优化民营经济发展环境。保障民营企业平等获取生产要素和政策支持,清理废除与企业性质挂钩的不合理规定。限期清偿政府机构拖欠民营和中小企业款项。构建亲清政商关系,促进非公有制经济健康发展。推动制造业升级和新兴产业发展。大幅增加制造业中长期贷款。发展工业互联网,推进智能制造。电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用,要继续出台支持政策,全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势。提高科技创新支撑能力。稳定支持基础研究和应用基础研究,引导企业增加研发投入。加快建设国家实验室,重组国家重点实验室体系,发展社会研发机构。深化国际

科技合作。加强知识产权保护。实行重点项目攻关“揭榜挂帅”，谁能干就让谁干。

深入推进大众创业万众创新。发展创业投资，增加创业担保贷款。深化新一轮全面创新改革试验，新建一批双创示范基地，坚持包容审慎监管，发展平台经济、共享经济，更大激发社会创造力。

五、实施扩大内需战略，推动经济发展方式加快转变

我国内需潜力大，要深化供给侧结构性改革，突出民生导向，使提振消费与扩大投资有效结合、相互促进。推动消费回升。

通过稳就业促增收保民生，提高居民消费意愿和能力。支持餐饮、商场、文化、旅游、家政等生活服务业恢复发展，推动线上线下融合。发展养老、托幼服务。改造提升步行街。支持电商、快递进农村，拓展农村消费。要多措并举扩消费，适应群众多元化需求。扩大有效投资。今年拟安排地方政府专项债券3.75万亿元，比去年增加1.6万亿元，提高专项债券可用作项目资本金的比例，中央预算内投资安排6000亿元。重点支持既促消费惠民生又调结构增后劲的“两新一重”建设，主要是：加强新型基础设施建设，发展新一代信息网络，拓展5G应用，建设充电桩，推广新能源汽车，激发新消费需求、助力产业升级。加强新型城镇化建设，大力提升县城公共设施和服务能力，以适应农民日益增加的到县城就业安家需求。新开工改造城镇老旧小区3.9万个，支持加装电梯，发展用餐、保洁等多样社区服务。加强交通、水利等重大工程建设。增加国家铁路建设资本金1000亿元。健全市场化投融资机制，支持民营企业平等参与。要优选项目，不留后遗症，让投资持续发挥效益。深入推进新型城镇化。发挥中心城市和城市群综合带动作用，培育产业、增加就业。坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策，促进房地产市场平稳健康发展。完善便民设施，让城市更宜业宜居。加快落实区域发展战略。继续推动西部大开发、东北全面振兴、中部地区崛起、东部率先发展。深入推进京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展。推进长江经济带共抓大保护。编制黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要。推动成渝地区双城经济圈建设。促进革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区加快发展。发展海洋经济。实施好支持湖北发展一揽子政策，支持保就业、保民生、保运转，促进经济社会秩序全面恢复。提高生态环境治理成效。突出依法、科学、精准治污。深化重点地区大气污染治理攻坚。加强污水、垃圾处置设施建设。加快危化品生产企业搬迁改造。壮大节能环保产业。严惩非法捕杀和交易野生动物行为。实施重要生态系统保护和修复重大工程，促进生态文明建设。保障能源安全。推动煤炭清洁高效利用，发展可再生能源，完善石油、天然气、电力产供销体系，提升能源储备能力。

六、确保实现脱贫攻坚目标，促进农业丰收农民增收

落实脱贫攻坚和乡村振兴举措，保障重要农产品供给，提高农民生活水平。

坚决打赢脱贫攻坚战。加大剩余贫困县和贫困村攻坚力度，对外出务工劳动力，要在就业地稳岗就业。开展消费扶贫行动，支持扶贫产业恢复发展。加强易地扶贫搬迁后续扶持。深化东西部扶贫协作和

中央单位定点扶贫。强化兜底保障。搞好脱贫攻坚普查。接续推进脱贫与乡村振兴有效衔接，全力让脱贫群众迈向富裕。

着力抓好农业生产。稳定粮食播种面积和产量，提高复种指数，提高稻谷最低收购价，增加产粮大县奖励，大力防治重大病虫害。惩处违法违规侵占耕地行为，新建高标准农田8000万亩。深化农村改革。恢复生猪生产。压实“米袋子”省长负责制和“菜篮子”市长负责制。14亿中国人的饭碗，我们有能力也务必牢牢端在自己手中。

拓展农民就业增收渠道。支持农民就近就业创业，扩大以工代赈规模，让返乡农民工能打工、有收入。扶持适度规模经营主体，加强农户社会化服务。增加专项债券投入，支持现代农业设施、饮水安全工程和人居环境整治，持续改善农民生产生活条件。

七、推进更高水平对外开放，稳住外贸外资基本盘

面对外部环境变化，要坚定不移扩大对外开放，稳定产业链供应链，以开放促改革促发展。

促进外贸基本稳定。围绕支持企业增订单稳岗位保就业，加大信贷投放，扩大出口信用保险覆盖面，降低进出口合规成本，支持出口产品转内销。加快跨境电商等新业态发展，提升国际货运能力。推进新一轮服务贸易创新发展试点。筹办好第三届进博会，积极扩大进口，发展更高水平面向世界的大市场。

积极利用外资。大幅缩减外资准入负面清单，出台跨境服务贸易负面清单。赋予自贸试验区更大改革开放自主权，加快海南自由贸易港建设，在中西部地区增设自贸试验区、综合保税区，增加服务业扩大开放综合试点。营造内外资企业一视同仁、公平竞争的市场环境。

高质量共建“一带一路”。坚持共商共建共享，遵循市场原则和国际通行规则，发挥企业主体作用，开展互惠互利合作。引导对外投资健康发展。

推动贸易和投资自由化便利化。坚定维护多边贸易体制，积极参与世贸组织改革。推动签署区域全面经济伙伴关系协定，推进中日韩等自贸谈判。共同落实中美第一阶段经贸协议。中国致力于加强与各国经贸合作，实现互利共赢。

八、围绕保障和改善民生，推动社会事业改革发展

面对困难，基本民生的底线要坚决兜牢，群众关切的事情要努力办好。加强公共卫生体系建设。坚持生命至上，改革疾病预防控制体制，完善传染病直报和预警系统，坚持及时公开透明发布疫情信息。用好抗疫特别国债，加大疫苗、药物和快速检测技术研发投入，增加防疫救治医疗设施，增加移动实验室，强化应急物资保障，强化基层卫生防疫。深入开展爱国卫生运动。要大幅提升防控能力，坚决防止疫情反弹，坚决守护人民健康。

提高基本医疗服务水平。居民医保人均财政补助标准增加30元，开展门诊费用跨省直

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 精英

品源资讯

接结算试点。对受疫情影响的医疗机构给予扶持。促进中医药振兴发展。严格食品药品监管，确保安全。

推动教育公平发展和质量提升。有序组织中小学教育教学和中高考工作。加强乡镇寄宿制学校和县城学校建设，办好特殊教育、继续教育，支持和规范民办教育，帮助民办幼儿园纾困。推进一流大学和一流学科建设。扩大高校面向农村和贫困地区招生规模。要优化投入结构，让教育资源惠及所有家庭和孩子，让他们有更光明未来。

加大基本民生保障力度。上调退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金最低标准。全国近3亿人领取养老金，必须确保按时足额发放。完善退役军人优抚安置制度。做好因公殉职人员抚恤。扩大失业保险保障范围，将参保不足1年的农民工等失业人员都纳入常住地保障。扩大低保保障范围，对城乡困难家庭应保尽保，将符合条件的城镇失业和返乡人员及时纳入低保。对因灾因病遭遇暂时困难的人员，都要实施救助。要切实保障所有困难群众基本生活，保民生也必将助力更多失业人员再就业敢创业。

丰富群众精神文化生活。培育和践行社会主义核心价值观，发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文物等事业。加强公共文化服务，筹办北京冬奥会、冬残奥会，倡导全民健身，使全社会充满活力、向上向善。

加强和创新社会治理。完善社区服务功能。支持社会组织、人道救助、志愿服务、慈善事业等健康发展。保障妇女、儿童、老人、残疾人合法权益。完善信访制度，加强法律援助，及时解决群众合理诉求。开展第七次全国人口普查。加强国家安全能力建设。依法打击各类犯罪，建设更高水平的平安中国。

强化安全生产责任。加强洪涝、火灾、地震等灾害防御，做好气象服务，提高应急救援和防灾减灾能力。实施安全生产专项整治。坚决遏制重特大事故发生。

面对艰巨繁重任务，各级政府要自觉在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，践行以人民为中心的发展思想，落实全面从严治党要求，坚持依法行政，坚持政务公开，提高治理能力。要依法接受同级人大及其常委会的监督，自觉接受人民政协的民主监督，主动接受社会和舆论监督。强化审计监督。发挥好工会、共青团、妇联等群团组织作用。政府工作人员要自觉接受法律、监察和人民监督。加强廉洁政府建设，坚决惩治腐败。

各级政府要始终坚持实事求是，牢牢把握社会主义初级阶段这个基本国情，遵循客观规律，一切从实际出发，立足办好自己的事。要大力纠治“四风”，把广大基层干部干事创业的手脚从形式主义的束缚中解脱出来，为担当者担当，让履职者尽责。要紧紧依靠人民群众，尊重基层首创精神，以更大力度推进改革开放，激发社会活力，凝聚亿万群众的智慧和力量，这是我们战胜一切困难挑战的底气。广大干部应临难不避、实干为要，凝心聚力抓发展、保民生。只要我

们始终与人民群众同甘共苦、奋力前行，中国人民追求美好生活的愿望一定能实现。

今年要编制好“十四五”规划，为开启第二个百年奋斗目标新征程擘画蓝图。

我们要坚持和完善民族区域自治制度，支持少数民族和民族地区加快发展，铸牢中华民族共同体意识。全面贯彻党的宗教工作基本方针，发挥宗教界人士和信教群众在促进经济社会发展中的积极作用。海外侨胞是祖国的牵挂，是联通世界的重要桥梁，要发挥好侨胞侨眷的独特优势，不断增强中华儿女凝聚力，同心共创辉煌。

去年以来，国防和军队建设取得重要进展，人民军队在疫情防控中展示了听党指挥、闻令而动、勇挑重担的优良作风。要深入贯彻习近平强军思想，深入贯彻新时代军事战略方针，坚持政治建军、改革强军、科技强军、人才强军、依法治军。坚持党对人民军队的绝对领导，严格落实军委主席负责制。坚定维护国家主权、安全、发展利益。打好军队建设发展“十三五”规划落实攻坚战，编制军队建设“十四五”规划。深化国防和军队改革，提高后勤和装备保障能力，推动国防科技创新发展。完善国防动员体系，始终让军政军民团结坚如磐石。

我们要全面准确贯彻“一国两制”、“港人治港”、“澳人治澳”、高度自治的方针，建立健全特别行政区维护国家安全的法律制度和执行机制，落实特区政府的宪制责任。支持港澳发展经济、改善民生，更好融入国家发展大局，保持香港、澳门长期繁荣稳定。

我们要坚持对台大政方针，坚决反对和遏制“台独”分裂行径。完善促进两岸交流合作、深化两岸融合发展、保障台湾同胞福祉的制度安排和政策措施，团结广大台湾同胞共同反对“台独”、促进统一，我们一定能开创民族复兴的美好未来。

应对公共卫生危机、经济严重衰退等全球性挑战，各国应携手共进。中国将同各国加强防疫合作，促进世界经济稳定，推进全球治理，维护以联合国为核心的国际体系和以国际法为基础的国际秩序，推动构建人类命运共同体。中国坚定不移走和平发展道路，在扩大开放中深化与各国友好合作，中国始终是促进世界和平稳定与发展繁荣的重要力量。

中华民族向来不畏艰难险阻，当代中国人民有战胜任何挑战的坚定意志和能力。我们要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，高举中国特色社会主义伟大旗帜，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，迎难而上，锐意进取，统筹推进疫情防控和经济社会发展，努力完成全年目标任务，为把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗！

来源：新华网

高端建筑工程用胶

细分需求 应用广泛



泰朗 绿色家装选泰朗
健康生活好品质
绿潮来袭



全线产品 升级登场
家用粘结剂 泰朗全搞定



扫描二维码关注

企业 & 公司

价值千亿的商标 300 多亿收购？



5月30日，中国云铜（集团）有限公司（下称“中国云铜”）发布云铜集团董事会消息，2020年5月30日上午，美国品牌持有公司与云铜集团法律事务委员会品牌投资收购案末次会议在香港结束，双方签署了收购法律文件，云铜集团最终以43.7亿美元受让美国公司持有的全部“云铜”商标。

天价转让的“云铜”商标价值几何

看到这则新闻，43.7亿美元是一个打工仔首要关注的细节。所以笔者在看到后，首先换算成了人民币，以便，更好的膜拜这笔巨额商标转让费。

请看下图，个、十、百、千、万……不数了，总共是三百一十一亿七千九百零七万六千元。

货币兑换

4370000000美元=31179076000人民币元

数据仅供参考，交易时以银行柜台成交价为准 更新时间:2020-05-31 12:51

[更多汇率信息>>](#)

上一次，笔者了解到的天价商标转让是广州医药集团有限公司以13.89亿将“王老吉”系列420项商标专用权转让给广州白云山医药集团股份有限公司。这次商标转让还被不少网友戏称为“左手转右手”。

而此次转让金额超过311亿的“云铜”商标是个什么来头？又到底值多少钱呢？咱们接着看。

据了解，“云铜”商标是重要的中国民族工业品牌，“云铜”牌电解铜是人们熟悉的工业产品。“云铜”商标10年前的评估价值就超过了50亿人民币，随着国际市场的变迁，如今“云铜”品牌价值已经超过千亿。

翻看中国云铜官网信息，我们发现，2019年7月4日，中国云铜就曾经以2.34亿美元（以5月31日汇率换算人民币1,669,543,200元）的价格，收购了美国公司持有的“云铜”第六类（电解铜）商标。



中国云铜（集团）有限公司
CHINA YUNNAN COPPER (GROUP) CO., LIMITED

[首页](#) [关于我们](#) [新闻资讯](#) [企业文化](#) [产品与服务](#) [可持续发展](#) [人力资源](#) [联系我们](#)

云铜集团以2亿美元的价格从美国买回“云铜”商标

发布时间：2019-10-05 18:19

云铜集团以2亿美元的价格从美国买回“云铜”商标

公司投资委员会消息，经过多轮谈判，公司最终以2.34亿美元的价格，收购了美国公司持有的“云铜”第六类（电解铜）商标，目前商标转让已经生效，中国国家知识产权局已经正式受理商标转让申请。

“云铜”商标是重要的中国民族工业品牌，“云铜”牌电解铜是人们熟悉的工业产品，但是因各种原因，“云铜”商标被美国本土企业持有，为了中国这个属于中国工业企业的代表性品牌，云铜集团完、取、工经过多年努力，于2019年7月4日在加利福尼亚州与美国公司签订了商标转让协议。

“云铜”商标10年前的评估价值就超过了50亿人民币，随着国际市场的变迁，如今“云铜”品牌价值已经超过千亿，而这次重要的“云铜”第六类商标的成功收购，意味着“云铜”将真正成为云南的世界名牌。

也就是说这是该公司第二次从国外购买回“云铜”商标。而第一次购买时是以将近 16.69 亿人民币收购了“云铜”第六类（电解铜）商标。这意思是一个商标就价值 16.69 亿吗？

虽说一个商标就已经是天价了，但中国云铜是号称过“如今‘云铜’品牌价值已经超过千亿。”就算是将两次商标转让的总额加起来也不过 327 亿，这么看起来中国云铜是不是赚了？

中国云铜诡异的商标保护

根据中国云铜以往发布的新闻来看，该公司是相当注重知识产权培训以及保护的，那么到底是什么样的保护导致需要花费如此大的代价来收购商标呢？

我们先来看看“云铜”商标的申请情况

根据中国商标网查询可知，“云铜”相关商标的申请注册共有 200 个，其申请主体主要有美国奥洛海集团公司（下称“奥洛海”）、云南云瑞之祥文化传播有限公司（下称“云南云瑞”）、中国云铜集团有限公司、云南铜业股份有限公司（下称“云南铜业”）、云南铜业房地产开发有限公司、金杯电业衡阳电缆有限公司、中國雲銅集團有限公司、四川云铜机电科技有限公司等。

WWW.CNIPA.GOV.CN WCRS.SBI.CNIPA.GOV.CN 帮助 当前数据截至：(2020年05月29日)					
检索到200个商标					
仅供参考，不具有法律效力					
序号	申请/注册号	国际分类	申请日期	商标名称	申请人名称
101	33824072	24	2018年09月29日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
102	33824019	19	2018年09月29日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
103	33822527	39	2018年09月29日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
104	33822520	35	2018年09月29日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
105	33813573	7	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
106	33809794	12	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
107	33803653	9	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
108	33802090	3	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
109	33801581	11	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
110	33794054	10	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
111	33778174	8	2018年09月28日	云铜股份	美国奥洛海集团公司
112	33508161	36	2018年09月13日	云铜	中国云铜集团有限公司
113	32395710	41	2018年07月21日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
114	32393690	8	2018年07月21日	云铜集团	中国云铜集团有限公司
115	32299903	37	2018年07月17日	云铜地产	美国奥洛海集团公司
116	30284044	1	2018年04月16日	云铜	美国奥洛海集团公司
117	30280782	7	2018年04月16日	云铜	美国奥洛海集团公司
118	30276041	14	2018年04月16日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
119	30272241	40	2018年04月16日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
120	29757531	6	2018年03月22日	云铜	中国云铜集团有限公司
121	27741037	36	2017年11月28日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
122	27622947	39	2017年11月21日	云铜	美国奥洛海集团公司
123	27617896	42	2017年11月21日	云铜	美国奥洛海集团公司
124	25314085	42	2017年07月13日	云铜	美国奥洛海集团公司
125	2432968	37	2017年05月19日	云铜地产	云南铜业房地产开发有限公司
126	20528908	38	2016年07月04日	云铜	美国奥洛海集团公司
127	20528073A	36	2016年07月04日	云铜	美国奥洛海集团公司
128	20528073	36	2016年07月04日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
129	20515482A	33	2016年07月01日	云铜	美国奥洛海集团公司
130	20515482	32	2016年07月01日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司

WWW.CNIPA.GOV.CN WCRS.SBI.CNIPA.GOV.CN 帮助 当前数据截至：(2020年05月29日)					
检索到200个商标					
仅供参考，不具有法律效力					
序号	申请/注册号	国际分类	申请日期	商标名称	申请人名称
151	6861312	6	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
152	6861311	7	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
153	6861310	8	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
154	6861309	9	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
155	6861308	10	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
156	6861307	21	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
157	6861306	22	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
158	6861305	23	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
159	6861304	24	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
160	6861303	25	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
161	6861302	26	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
162	6861301	27	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
163	6861300	28	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
164	6861299	29	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
165	6861298	30	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
166	6861297	11	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
167	6861296	12	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
168	6861295	13	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
169	6861294	14	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
170	6861293	15	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
171	6861292	16	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
172	6861291	17	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
173	6861290	18	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
174	6861289	19	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
175	6861288	20	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
176	6861053	41	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
177	6861052	42	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
178	6861051	43	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
179	6861050	44	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
180	6861049	45	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
181	6861047	31	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
182	6861046	32	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
183	6861045	33	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
184	6861044	34	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
185	6861043	35	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
186	6861042	36	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
187	6861041	37	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
188	6861040	38	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
189	6861039	39	2008年07月25日	云铜	美国奥洛海集团公司
190	6861038	40	2008年07月25日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
191	6699205	6	2008年05月04日	云铜	云南云瑞之祥文化传播有限公司
192	6512859	1	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
193	6512858	42	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
194	6512857	40	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
195	6512856	39	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
196	6512855	36	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
197	6512854	6	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
198	6512853	7	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
199	6512852	14	2008年01月16日	云铜	云南铜业股份有限公司
200	3887707	36	2004年01月14日	云铜地产,YTREE	云南铜业房地产开发有限公司

总记录数：200 | 页数：4 / 4

<< < 1 2 3 4

其中，云南铜业最早于 2008 年 1 月 16 日申请注册了“云铜”商标，主要核定使用类别是第 1、6、7、14、36、39、40、42 类。巧合的是在中国云铜官网，笔者发现了这一条新闻。



中国云铜（集团）有限公司
CHINA YUNNAN COPPER (GROUP) CO., LIMITED

[首页](#) [关于我们](#) [新闻资讯](#) [企业文化](#) [产品与服务](#) [可持续发展](#) [人力资源](#) [联系我们](#)

“中国铜业”与“云铜集团”重组完成

发布时间：2015-08-14 16:44

为适应国际市场发展的需要，根据《云南“云铜”品牌总公司股东大会决议》，“中国铜业集团股份有限公司”（以下简称中国铜业）于2014年底开始对“中国云铜集团有限公司”（以下简称云铜集团）进行资产重组评估审计，评估审计于2015年4月正式结束并全面进入股权重组阶段。2015年8月6日，“中国铜业”股权重组得到政府的正式批准，并顺利完成了公司股权转让。“中国铜业”于2015年8月8日完成了配股法律手续，“云铜集团”获股67,195,200股。

根据新的公司章程，“中国铜业”拟对“云铜集团”上千亿资产进行重新规划，并正式发布规划公告。经“中国铜业”新一届股东大会决议，董事会将在高层董事会议确定后召开新闻发布会和公告，全力推进“云铜股份”香港上市的步伐。

这里提及的“云南‘云铜’品牌总公司”和云南矿业不是一家公司呢？

据企查查数据显示，搜索“中国云铜集团有限公司”时，并未搜索到相关信息，只有中國雲銅集團有限公司、中國雲銅股份集團有限公司以及香港中国云铜集团有限公司昆明代表处。公开的信息基本等于无。

REYOND INFORMATION ◆ 专注于 铜产业

品源资讯

而据官网消息，中国云铜集团有限公司简称“云铜集团”，是云南“云铜”品牌总公司为了进一步开拓国际市场，经企业股东批准，于2009年1月在香港正式挂牌成立的综合性国际公司，公司注册资本为404,403,800港币。如果笔者所料不错，中国云铜集团有限公司就是此次新闻事件的主角。不过该公司公开的信息太少，也是十分神秘了。

早在2018年7月，昆明中院知识产权庭开庭审理了一起案件。一家在香港注册的公司中国云铜集团有限公司状告云南省工商行政管理局，要求撤销对方认定的云南省著名商标：某一类别的“云铜”商标。作为第三人出庭、也是商标大战的主角之一，云南铜业股份有限公司表示：对方存在恶意抢注，谋取暴利，滥用诉权。同时表示，香港云铜的企业名称已侵害了云铜集团公司的名称字号权。如此看来，中国云铜和云南铜业之间的关系还真是千丝万缕。除此之外，笔者还发现了一处时间上的诡异之处。

从新闻来看，奥洛海应该就是本次新闻事件的另一主角了。该公司申请的“云铜”系列商标达142个，最早于2008年7月25日申请，直到2020年4月，该公司仍在申请注册“云铜”商标。

且不谈该申请时间晚于似乎与中国云铜有着千丝万缕关系的云南铜业。

据中国商标网查询可知，中国云铜最早申请“云铜”商标实在2015年5月28日，此后，直到2018年3月22日才开始新的“云铜”相关商标申请。而在这个时间之前，奥洛海申请的“云铜”相关商标仅仅有27个。身为十分重视知识产权的中国云铜，笔者对此行为表示疑惑。

一个公司愿意花300多亿买商标，却不能及时进行商标保护布局。大概就是有钱人的世界，我不懂吧~另外，中国云铜似乎从未想过通过商标异议或撤三来挽救商标吗？

事件后续报道

证券代码：000878 证券简称：云南铜业 公告编号：2020-035

云南铜业股份有限公司 关于媒体报道的澄清公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

一、传闻情况

近日，云南铜业股份有限公司关注到有关媒体发布“云铜集团以312亿元人民币收购美国公司一批商标知识产权”为主要内容的报道。报道中主要内容如下：

微信号：IPRDAILY

BEYOND INFORMATION • 电子心 精于业

品源资讯

6月1日，云南铜业发布关于媒体报道的澄清公告：云南铜业股份有限公司的控股

股东云南铜业（集团）有限公司、云南铜业股份有限公司及子公司云铜香港有限公司，均与媒体报道中涉及的“中国云铜集团有限公司”和“中国云铜股份有限公司（00033.HK）”不存在任何法律及事实上的关联关系。

公告指出：

（一）经云南铜业股份有限公司向控股股东云南铜业（集团）有限公司核实，2019年至今云南铜业（集团）有限公司未购买过任何商标；

（二）云南铜业股份有限公司在云南省工商行政管理局注册成立，注册地址：云南省昆明高新技术产业开发区M2-3，在深圳证券交易所上市，证券代码：000878，证券简称：云南铜业，官方网址：<http://www.yunnan-copper.com>；

（三）云南铜业股份有限公司在香港有且仅有一家子公司，公司名称：云铜香港有限公司。云南铜业股份有限公司及子公司云铜香港有限公司均未在香港联合交易所上市；

（四）云南铜业股份有限公司主产品阴极铜、黄金和白银所使用注册商标为“铁峰”牌；

（五）云南铜业股份有限公司的控股股东云南铜业（集团）有限公司在云南省工商行政管理局注册，注册地址：云南省昆明市人民东路111号，云南铜业（集团）有限公司及其控股股东中国铜业有限公司官方网址：

<http://www.chinalco.com.cn/zgty/index.htm>。

总结来说就是，云南铜业声明自家企业上至控股股东下至子公司均与311.8亿买商标的公司没半毛钱关系。

随后，中国云铜通过官网也发布了《关于“云南铜业股份有限公司2020-035号澄清公告”的申明公告》。

中国云铜（集团）有限公司
CHINA YUN COPPER GROUP CO., LIMITED

关于我们 新闻资讯 企业文化 产品与服务 可持续发展 人力资源 联系我们

关于“云南铜业股份有限公司2020-035号澄清公告”的申明公告

发布时间：2020-06-01 12:49

关于“云南铜业股份有限公司2020-035号澄清公告”的申明公告

由于证券代码为000878、证券简称为云南铜业的“云南铜业股份有限公司”于2020年6月1日发布公告编号为2020-035的“云南铜业股份有限公司关于媒体报道的澄清公告”严重失实，涉嫌误导社会公众、欺骗股民，该公告违背了社会公平正义的基本原则，违背了商业诚实守信的基本道德，损害了我公司的商誉。

微信号：IPRDAILY

中国云铜在公告中指出，由于证券代码为000878、证券简称为云南铜业的“云南铜业股份有限公司”于2020年6月1日发布公告编号为2020-035的“云南铜业股份有限公司关于媒体报道的澄清公告”严重失实，涉嫌误导社会公众、欺骗股民，该公告违背了社会公平正义的基本原则，违背了商业诚实守信的基本道德，损害了我公司的商誉。

中国云铜在公告中对以下情况作出说明：

1、中国云铜集团有限公司主体是以华人为主的中国民营企业，非国有企业。

2、中国云铜集团有限公司与云南云瑞之祥文化有限公司非公司投资与被投资关系，为商业合作公司。

3、中国云铜集团有限公司与美国奥洛海集团公司无任何公司投资与被投资关系，美国奥洛海集团公司与云南云瑞之祥文化传播有限公司也无任何公司投资与被投资关系。

4、中国云铜集团有限公司于2019年7月投资重组“中国云铜股份有限公司（股票代码0033）”，后因本公众事件“云南铜业”方面的法律原因（本案已上诉至云南省高级人民法院），中国云铜集团有限公司于2019年12月坚决撤资退出，目前“中国云铜股份有限公司”与中国云铜集团有限公司已无公司投资关联。

5、中国云铜集团有限公司于2019年及2020年分别收购了美国奥洛海集团公司持有的《云铜》商标真实、合法、有效，交易价格分别为2.34亿美元和43.7亿美元。因为中国香港及美国为西方司法体系社会制度，如任何社会公众认为本商标收购交易案为虚假、洗钱、税收等法律问题，均可向中国香港及美国有管辖权的政府部门进行举报和提出司法诉讼。但是，作为司法宣誓制的社会，中国云铜集团有限公司向中国香港司法及中国社会公众再次宣誓：我公司以作伪证受法律制裁的保证，证实我公司收购美国奥洛海集团公司持有的《云铜》商标的公司行为和事实真实有效。

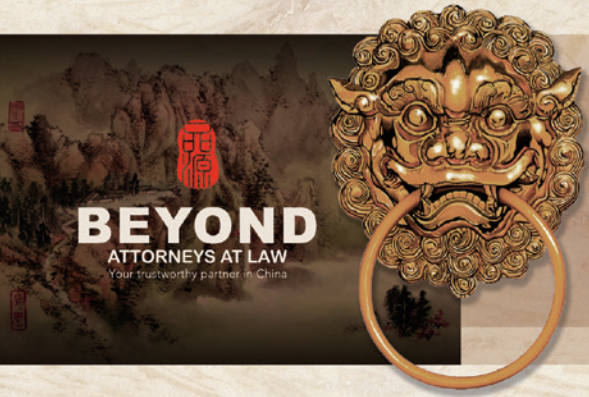
6、由于“云南铜业股份有限公司关于媒体报道的澄清公告”失实，损害了中国云铜集团有限公司的商誉，根据董事局指示，中国云铜集团有限公司法律事务委员会将对“云南铜业股份有限公司”展开法律行动，择时向中国香港法院及云南省昆明市中级人民法院提起系列诉讼案。

7、中国云铜集团有限公司法律事务委员会将考虑对网络上公开诽谤和造谣我公司、以及违反法律非法披露我公司股东个人信息上传社会造成严重后果、构成司法责任的媒体及个人提起相关民事诉讼。

中国云铜的声明公告意思就比较多了。总结一下重点：一、我们是私企，非国企；二、我们与商标卖方以及另一家持有“云铜”商标的公司没关系；三、我们是真实有效的商标收购，如有怀疑，欢迎来告；四、云南铜业发布的公告侵犯我们商誉，将择时提起侵权诉讼；五就是与小编切身相关的了，将对诽谤及纰漏公司股东信息的媒体及个人提起诉讼。

从公告内容来看，中国云铜看似回应了社会关切话题。但是针对此前笔者在《价值千亿的商标300多亿收购？是赚了还是另有猫腻？》一文中提及的问题，“中国云铜所谓的商标保护布局为何如此不完善？又为何花费大价钱收购一家外国公司注册的中文商标，而非采取撤三或者商标异议等相关诉讼手段来拿回商标？”目前从公告中尚找不到答案。

来源：IPRdaily 中文网



BEYOND
ATTORNEYS AT LAW
Your trustworthy partner in China

BEYOND in key figures

- ◆ Over 700 employees headed by a core team of 12 partners
- ◆ Headquartered in Beijing, China
- ◆ 15 branch offices in major Chinese cities
- ◆ 3 overseas representative offices in Munich, New York and Tokyo
- ◆ Top 10 IP Agencies in China 2017; Top 10 Patent Agencies in China 2017
- ◆ Top 10 IP Litigation Agencies in China 2016 and Top 10 Patent Agencies in China 2016.


PATENT


TRADEMARK


LITIGATION


COPYRIGHT

 www.boip.com.cn

 info@boip.com.cn

关于权利要求合并修改是否超范围的讨论

在专利申请尤其发明专利申请的过程中，几乎都需要经过答复审查意见的环节，而在答复审查意见时往往需要通过修改权利要求书来克服审查员所指出的缺陷。专利法第三十三条对于专利的修改也进行了明确规定，即“申请人可以对其专利申请文件进行修改，但是，对发明和实用新型专利申请文件的修改不得超出原说明书和权利要求书记载的范围”，除了审查指南中明确描述的修改超范围的情况外，当遇到申请文件的从权本身的引用关系不太恰当的情况，此时将其附加技术特征直接并入独权会不会造成修改超范围呢？



接下来，我以在实际作业中遇到的对我造成困惑或者说是迷惑的情况为例，与大家分享一下关于权利要求书修改是否超范围的问题。

案例权项的引用关系如下：

1. 包括特征 A
2. 引权 1，还包括特征 B
3. 引权 2，还包括特征 C

BEYOND INFORMATION • 专利心 精于业

品源资讯

在答复上述案例的审查意见时，当发现可用于对审查意见进行争辩的是特征 C 时，将权

2 和权 3 的附加技术特征均并入到权 1 中，修改肯定不会超出范围，但是无疑会大大缩小独权的保护范围。那么，是否能够只将权 3 中的特征 C 并入到权利要求 1 中呢？答案是，分情况而定。

情况一，特征 C 与特征 B 具有一定的联系，即只将权 3 的附加技术特征 C 并入权 1 后，特征 C 会出现描述不清楚或者引用无基础，而这种情况往往说明书中也很难找到可以单独抽出特征 C、不涉及特征 B 且能够描述清楚的情况，因此，为了授权只能牺牲保护范围，必须将权 2 和权 3 的附加技术特征全部并入原权利要求 1（或者说将原权利要求 3 作为新的权利要求 1）。

情况二，当特征 B 和特征 C 没有必然联系，即只将权 3 的附加技术特征并入权利要求 1 后，不会出现引用无基础、表述不清楚的问题，那么，此时修改时只将权 3 的附加技术特征并入原权 1 中，是不会造成修改超范围的。

对于这个结果，相信有一些小伙伴脑中会浮现很多疑问：我们在权项撰写的过程中，情况二的条件下，正常的引用关系会是：权 3 引用 1 或 2，或者因为后续权项有引用多项的情况，为避免出现多引多，权 3 只引用权 1。而我们之所以这么引用不就是为了在答复时可以直接将权 3 并入权 1 吗？而案例中则是将权 3 引用了权 2，不代表权 3 的技术特征是在权 2 的基础上的吗？也就是原权利要求记载的方案只有 A、A+B、A+B+C 三个方案，如果修改时只将权 3 直接并入权 1 中，那么权 1 的方案就变成了 A+C，与原来记载的三个技术方案都不同，这不是超范围了吗？（包括我及与我讨论过该问题的同事最初都是这么认为的）

为了解除小伙伴的疑惑，接下来我们从几个角度分别进行分析一下，这种修改为什么不会超范围：

首先，我们要细细思考一下，专利法第三十三条所说的范围是“原

专利法第三十三条对于专利的修改也进行了明确规定
即“申请人可以对其专利申请文件进行修改，但是，对发明和实用新型
专利申请文件的修改不得超出原说明书和权利要求书记载的范围”

说明书和权利要求书的记载范围”，而上边分析的权利要求书记载的方案 A、A+B、A+B+C 则是权利要求的“保护范围”，细细品一下发现这两个范围是不同的，我们不能将两个范围等同，就如：说明书所记载的内容在专利法第三十三条所说的记载范围内，却不在权利要求的保护范围内。

专利还未授权之前，包括在答复审查意见的阶段，权 3 引用了权 2 不能理解为权 3 的附加技术特征是在权 2 的基础之上存在的，而应该理解为每条权项的附件技术特征前仿佛是自带了“可选地”，也就是说权之间可以随意组合，这是说明书与权项的区别之处，此阶段权项的引用所体现的作用只是为了使引用有基础、更清楚，权项引用多项和只引用某一项，不会影响此条权项是否可以提到权 1 中的，只要整个权利要求清楚、不出现引用无基础即可。

换个角度，我们知道，将说明书中记载的一个完整的技术特征 C 加入权利要求 1 中是不超出修改范围的，而情况二中，只将权 3 的附加技术特征并入原权利要求 1 中的修改，其实可以等同地理解为将说明书记载的内容并入权利要求 1，因此是不超出记载范围的。

在此需要说明的是，在将说明书的内容并入权利要求时，若说明书中特征 B 和特征 C 同时描述（通常体现为特征 B 和特征 C 在同一个可选地/优选地等具有明显地界定词之后），则只能同时将特征 B 和特征 C 提至权利要求 1 中了，不可以再单独提特征 B 或者特征 C。因此，这对于我们撰写的启示就是，在说明书中，对具有独立效果的特征进行描述前尽量加入可选地/优选地等词进行间隔，例如：“…还包括 A 部件，A 部件用于…，具有…效果。进一步地，A 部件上还可以设置孔，该孔的效果是…””，以便于后续的答复。

再换一个角度，审查指南中所列出的允许的对权利要求书的修改情形里，第（6）种情形明确指出，“修改从属权利要求的引用部分，改正引用关系上的错误，使其准确地反映原说明书中所记载的实施方式

或实施例，这样的修改不会超出原权利要求书和说明书记载的范围”也就是说对于特征 B 和特征 C 没有必然联系时，正确的引用关系应该是权 3 引用权 1，因此，我们可以先把案例中权 3 引用权 2 的引用关系修改为权 3 引用权 1，那么此时，我们再将权 3 的附加技术特征并入权利要求 1 中不超出记载范围就是毫无疑问的了。

到这里，情况二之所以修改不会超范围分析清楚了，但是小伙伴又提出疑问了，如果权项之间是可以自由组合的话，案例中所述描的情况在权利要求撰写阶段，权 3 引用权 2 与权 3 引用权 1 甚至与权 3 引用 1 或 2 三种情况岂不是没有区别了？区别肯定是有，在此再次强调要思考一下说明书和权利要求书的“记载范围”与权利要求的“保护范围”的区别。

在侵权判定阶段，每条权项只代表一个完整的方案，权项之间是不可以自由组合的，若该案以案例描述的引用关系授权了，则权利要求保护的方案只有 A A+B A+B+C 三个，若涉及侵权的方案为 A+C，其只会侵权 1 即方案 A 的权，而若权原来权 3 引用的是权 1，则涉及侵权的方案不仅侵权权 1（方案 A）也会侵权权 3（方案 A+C），侵权专利的条数会对侵权最终赔偿的结果产生一定的影响，这也是权利要求撰写时，能够引用多项时尽量引用多项这一引用原则在侵权判断过程能够体现的意义。

作者：北京品源专利代理有限公司 杨天娇

浅谈中、韩外观设计制度的区别

近年来，我国创新主体向韩国提交的外观设计专利申请数量逐年增长。但韩国专利具有很多其独特的特点，中韩两国的外观设计专利保护制度也存在着很大的差异。因此，在本文中，笔者将结合自身经验，浅谈中韩外观设计制度上的区别，以便有助于在韩国申请外观的我国创新主体。

一、定义及保护的客体

与中国以专利法同时保护发明、实用新型和外观设计不同，在韩国，外观设计采用单独立法，即由独立的“外观设计保护法”进行保护。

在中国，外观设计，是指对产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合所作出的富有美感并适于工业应用的新设计（专利法第2条）。

在韩国，外观设计，是指对产品（包括字体及产品的部分）的形状、图案、色彩或者其结合所作出的富有美感的外观设计（外观设计保护法第2条）。

参照中国专利法的外观设计定义，其必须要依托于“产品”，并对产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合作出的新设计，按照目前现行的专利法是无法保护字体以及部分外观的。因此，在中国，对于新的文字设计无法通过专利法进行保护，而是只能通过版权等其他方式进行保护；对于只想保护产品的一部分的设计也必须要以整个产品作为载体进行保护。但相比中国，韩国的外观设计的保护方式就更为灵活多样，明确规定了还包括：字体外观设计及产品的部分外观设计。鉴于普通的外观设计的申请还是有比较多的相似之处，以下将对韩国的字体外观设计和部分外观设计进行延伸说明。

1) 字体外观设计，“字体”，是指在记录、标记或者印刷时使用的，具有共同特征的一套字样（包括数字、标记、符号等）；例如，可以申请韩文字体、数字字体、英文字体等。当申请字体外观设计时，需提交的附图包括：指定文字（500字）附图、试看文章（30字）附图、

代表文字（12字）附图等。

BEYOND INFORMATION • 专利心 精于业

品源资讯

가 각 간 갈 감 갓 강 갓 갈
개 갓 거 건 겹 겹 겹 겹 겹
겨 격 겪 견 겹 겹 겹 겹 겹
굴 굴 공 과 관 교 구 국 군
굴 굴 구 그 극 근 굴 금 금
기 길 김 김 깃 까 깝 갈 갱
깨 꾸 꾸 꿈 꿔 꿔 꿔 꿔 꿔
끼 낀 낀 낀 나 난 날 남 냐 냐
낫 낫 날 내 낸 널 념 념 념
냈 너 널 념 념 념 념 념

새로 스물여덟
자를 만드니
사람마다 쉽게
익혀 늘 쓰에
편케하고자
함이라

새로 스물여덟 자를 만드니 사람마다 쉽게
익혀 늘 쓰에 편케하고자 함이라

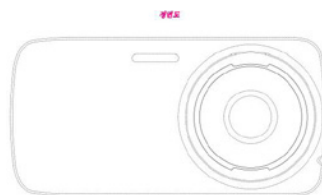
指定文字附图（一部分）

试看文章附图

代表文字附图

（以上参考，韩国授权外观设计：30-0796768号）

2) 部分外观设计，是指对产品上的某一部分的形状、图案及位置关系进行的新设计，不是指对组成该产品的零、部件进行的外观设计（也可以理解为是产品不可分割的部分）。如下图所示，外观设计专利保护的产品为“相机”，申请人的设计重点在于相机的“镜头”的形状，因此，采用实线的表达方式突出显示“镜头”部分，以区分该部分为申请人想要保护的设计内容，而除“镜头”之外的形状并非申请人所要保护的内容，因此该部分线条采用虚线表示。



主视图

（以上参考，韩国授权外观设计：3007713390000）

与授权关联外观设计或者正在申请中的关联外观设计近似的外观设计是无法获得授权

该基本设计有独占许可的情况下
也不能基于该基本设计申请关联外观申请

需要注意的是，韩国部分外观设计除需满足基本的授权条件外，还有一些特殊要求如下：i) 提交部分外观设计专利申请时，需在外观设计请求书中明确注明请求保护的外观设计为部分外观设计；ii) 部分外观设计的载体要求是独立的产品，该部分外观设计本身必须为产品的一部分，且需要在申请文件中明显区别出想要保护的部分（如以不同颜色进行区分或利用实线和虚线进行区分）；iii) 成套产品不能成为部分外观设计的申请对象；iv) 部分外观设计不允许提出分案申请；v) 产品的名称必须是申请外观设计专利的整个产品名称，不能是部分外观设计本身的名称，例如，申请人请求保护相机镜头的设计，其产品名称应当命名为“相机”，而非“相机镜头”。

二、外观设计的申请

1) 外观设计的申请提交

关于申请外观设计所需文件

在韩国与中国相同，需要提交申请书、简要说明及附图。

关于简要说明的记载

首先，中国的专利法不允许在简要说明中写入请求保护的外观设计的材质；可在韩国，外观设计的材质是必写一项，需要写入请求保护的外观设计的材质（例如，材质为合成树脂）。但是，该材质的记载不会用于限定外观设计的保护范围。

其次，关于外观设计产品的设计要点，相比中国的简单叙述（例如，在于产品的形状），韩国的描述可以较为详细，例如，外观设计为牙刷，该外观设计创造内容的要点为“牙刷和形状及模样的结合，该牙刷的上端附着合成树脂，手柄部分形成有两个圆形突出部分”（以上参考，韩国授权外观设计：30-0488904）。

关于附图：

经笔者多年经验发现，韩国外观设计的附图中，偶尔会存在使用虚线等线条勾勒或示出物品的弧面，由此可见，韩国外观设计对于附图的形式要求相对较为宽松。因此，当基于这种韩国外观设计向中国申请外观设计时，需要对这类线条引起注意，应判断该线条是否为真实存在于该产品的，还是为示出弧面等而图示的线条。这种情况下，不仅有可能会因虚线等表示方式收到补正通知书，从而导致审查周期延长，并且，在外观设计授权之后，这些线条还有可能会直接影响外观设计的保护范围，即有可能将这种线条等内容视为是本外观设计的一部分。

三、外观设计的审查制度

在中国，外观设计采用初步审查制度，而不进行实质审查。

但在韩国，外观设计采用实质审查制度或无审查（也叫部分审查）制度，其中，无审查的方式类似于中国的初步审查。

无审查制度：整个流程与需实质审查的外观设计明显不同。对于可适用无审查制度的外观设计，仅针对外观设计专利申请是否具有形式上的问题以及是否扰乱公共秩序或公德进行审查，并不进行实质审查。无审查制度特设立了单独的公告系统，以无审查方式授权的外观设计专利将与经过实质审查合格而授权的外观设计专利公告数据分开公布。

由于无审查制度仅对部分实质性授权条件进行审查，因此，韩国在无审查制度中增加了“异议程序”，其主要是指，无审查授权后的外观设计专利自动成为异议对象，至外观设计授权公告日起3个月内，任何人都可以对该外观设计专利权提出异议申请（参考外观设计保护法第68条）。无审查制度的审查周期一般仅需2至3个月，获

BEYOND INFORMATION • 专利心 精于业

品源资讯

得专利权的速度更快。但无审查制度的申请范围具有局限性。韩国加入海牙协定后,无审查制度申请范围仅限于洛加诺分类表中的三大类产品,即第2类, 服装和时尚产品;第5类, 纤维产品、床单和植物类;第19类,文具、办公用品、美术材料类。

实质审查制度:对申请注册的外观设计的实用性、新颖性、创造性、扩大的先申请原则等授权要件进行全部审查之后决定授权与否。主要是指,外观设计专利申请被提出后,首先进行初步审查,如果初步审查未发现缺陷(如有缺陷,进行补正),根据申请人的请求公开其申请。对于符合实质审查授权条件的申请,审查员作出授权决定,注册后公布。审查时对发现不符合实质审查授权条件的申请,通知申请人不予授权的驳回理由,待申请人修改后根据情况作出授权或者驳回决定。申请人对驳回决定不服的,后续可以上诉至知识产权法庭、专利法院及最高法院。

	实质审查制度	无审查制度
申请范围	无限制	洛加诺分类表中第2、5、19类
审查范围	审查全部的授权条件	审查一部分授权条件
异议申请	~	任何人可在登记公告之日起3个月内提出异议申请
利弊	法律稳定性强,但周期长、费用高	法律稳定性相对较弱,但周期短、费用低

虽然,实质审查制度和无审查制度有如上的区别,但二者专利权效力是相同的。

四、外观设计专利权及保护

1) 外观设计专利权保护期限

在外观设计专利权的期限上,中国和韩国均自申请日起计算,但保护期限差异较大。在中国,从申请日起10年,在韩国,从申请日起20年(2014年7月1日起,15年-20年)

2) 侵权范围

在中国,专利法中,外观设计专利权被授予后,任何单位或者个人未经专利权人许可,都不得实施其专利,即不得为生产经营目的制造、许诺销售、销售、进口其外观设计专利产品。(专利法第11条)

韩国外观设计保护法第92条中,规定了外观设计专利权人独占实施授权外观或与此相似的外观的权利。外观设计的“实施”,是指对使用外观设计的产品进行制造、使用、转让、出租、进口、许诺转让或者许诺出租的任何行为(以及为转让或者出租目的而进行展览陈列)(外观设计保护法第二条)。

由此可知,中国与韩国不同,专利法不保护外观设计专利产品的使用。

五、韩国其他特色制度

1) 保密外观设计申请制度

由于外观设计易仿造、其流行性较强,因此如果在外观设计专利权人尚未完成产业实施的准备时,其外观设计予以公布或公开,则专利权人自身的利益很可能因他人的仿造、盗用而受到影响。为此,韩

国制定了在申请外观设计时,申请人可以要求对其外观设计在不超过自授权之日起3年的期限内予以保密(外观设计保护法第43条),其为保密外观设计制度。保密外观设计请求只能由申请人提出。

保密外观设计制度的优点和缺点如下:

优点:i)可防止他人仿造授权外观设计;2)可保持对未来外观设计趋势的保密;3)可适当应对实施时间的变化。

缺点:i)排除适用外观设计保护法第113条的停止侵权的禁令等;ii)排除适用外观设计保护法第116条的推定过错责任原则。

2) 复数外观设计制度

复数外观设计制度(也称作多项外观设计制度),指对同一类别的外观设计,可允许将100个以内外观设计以一个外观设计专利申请的方式提出。在这种情况下,每一项外观设计应分别描述(外观设计保护法第41条)。

复数外观设计制度可以简化申请材料和过程,并在一定程度上减轻申请人的经济负担(主要是代理费用),同时也有助于知识产权管理部门对于外观设计申请的统一管理。

3) 关联外观设计制度

外观设计权人或者外观设计申请人可以就与自己的授权外观设计或者正在申请中的外观设计(以下称“基本外观设计”)近似的外观设计(以下称“关联外观设计”)获得授权,并且,关联外观设计应当在基本外观设计的申请日起1年内提出申请。

但要注意的是,与授权的关联外观设计或者正在申请中的关联外观设计近似的外观设计是无法获得授权的;该基本设计有独占许可的情况下,也不能基于该基本设计申请关联外观申请(参考外观设计保护法第35条)。

因此,只要满足1年的时间要求,即可随时、灵活地基于基本设计来申请多种不同的近似的外观设计,不会出现因自己的在先设计导致无法申请其他相似设计的尴尬情况。

以上,笔者对中韩两国外观设计的区别进行介绍,望本文能为在韩国提交外观设计专利申请的我国申请人提供帮助。但由于笔者所学内容和经验有限,可能对于有些规定及实务的掌握并非十分准确,对此还望谅解。

作者:北京品源专利代理有限公司 朴美花



品源管理咨询
BEYOND IP CONSULTING

以专利数据加工为基础
提升技术、法律和市场新的综合服务平台

护航·知识经济大时代

ESCORT
THE AGE OF
KNOWLEDGE ECONOMY



SPECIALITIES
OF BEYOND

专于心 / 精于业

品源之专



北京品源知识产权管理咨询有限公司

地址: 北京市海淀区莲花池东路39号西金大厦6层

网址: <http://www.boip.com.cn/>

邮箱: info@boip.com.cn

电话: 010-6337 7188



品源官方微信



品源管理咨询

从商品与服务的关系看商标保护

随着商品与服务交易的变化，我们发现越来越多的问题无法仅仅依靠《类似商品与服务区分表》来解决。商品与服务的关系一直是具有争议的问题，它也直接关系到商标权利的保护和风险的防范。那么我们应该如何判断商品与服务是否类似？如何帮助我们在注册申请时更加全面的保护自身商标呢？

一、从商品与服务的关联，看商标保护

国家知识产权局商标局依据《商品注册用商品和服务国际分类》，结合了多年的实践工作经验，把某些存在特定联系、容易造成误认的商品或服务组合到一起编制成了《类似商品与服务区分表》（以下简称“《区分表》”）。《区分表》分为商品（共34个类别）和服务（共11个类别）两大部分，是判断类似商品和服务的重要参考。但由于《区分表》不能穷尽所有的商品和服务项目，所以在具体界定某个项目属于商品或者服务以及商品与服务类似关系判断上，还需要以相关公众对商品或服务的一般认识综合判断，于是也就出现了对《区分表》的突破。

突破《区分表》的情况有许多，此处我们仅谈论判定商品与服务是否类似的判定。

《商标审查及审理标准》规定：商品与服务类似，是指商品和服务之间具有较大关联性，易使相关公众认为商品和服务由同一市场主体提供。判定商品与服务是否类似，应当综合考虑商品与服务之间的密切程度，在用途、用户、通常效用、销售渠道、销售习惯等方面的一致性。

在实践案件中也存在一些突破《区分表》

认定商品与服务类似的案例，仅列举几类如下：

在第16706610号“GENESIS”商标无效宣告案中，争议商标指定使用在（第37类）：采矿、飞机保养与修理、汽车保养和修理、艺术品修复等服务。引证商标一（第6301503号“GENESIS”商标）核定使用在（第12类）：客车、卡车、拖车（车辆）、有蓬的车、陆地车辆引擎、陆地车辆用联动机件、车辆车轴等商品。引证商标二（第G939229号“GENESIS”商标）核定使用商品（第12类）：客车、卡车、拖车（车辆）、有蓬的车、陆地车辆引擎、陆地车辆用联动机件、车辆车轴等商品。争议商标指定使用的服务与引证商标核准使用的商品并不属于相同类别，但在实际生活中，购买汽车商品的消费者一般也是接受该品牌汽车售后服务的用户。就汽车商品与汽车保养和修理服务而言，二者在用户、销售及服务场所、销售及消费习惯方面具有一致性。本案中，引证商标一、二核定使用的商品为汽车及零部件与诉争商标核定使用的汽车保养和修理服务之间的关联程度较高，应认定上述商品与服务构成类似。

在上海盛康医院投资管理有限公司诉国家工商行政管理总局商标评审委员会异议复审一审行政案中：被异议商标（第9207030号“中连肛泰”商标）指定使用在第44类医院、保健、理疗、医疗护理、医药咨询、休养所、美容院、按摩、饮食营养指导、芳香疗法等服务上；引证商标（第3489320号“肛泰”商标）核定使用的商品为第5类人用药、治疗剂、贴剂、膏剂、栓剂、医用药物、中药成药、针剂、水剂、酊剂等商品。在这一案例中被异议商标指定使用的医院、医疗护理、休养所、按摩、饮食营养指导、芳香疗法等服务与引证商标核定使用的人用药、治疗剂、贴剂等商品存在密切的联系，最终被认定构成类似的商品和服务。

以上案例均是认定了商品与服务之间构成类似，但在可查询案例中，认定构成类似的所占比例依然很小。

BEYOND INFORMATION • 专注于精于业

品源资讯

《商标审查及审理标准》规定
商品与服务类似，是指商品和服务之间具有较大关联性
易使相关公众认为商品和服务由同一市场主体提供



因此，从商标保护的角度考虑，在注册初期建议将核心类别、关联类别一并进行注册，避免在关联类别上出现抢注商标。如果一旦出现了抢注的情况，依然要积极采取维权措施，并从用途、用户、通常效用、销售渠道等方面提供大量能够证明商品与服务间存在密切联系的证据。

二、从商品与服务的界定，防范商标侵权

原则上，商品与服务本质上不同，依据《区分表》并不构成类似商品或服务，但是由于许多新名称不断涌现，一个商品或服务名称，其中确实会另涉及其他商品或服务，很难准确判断要注册申请哪些类别中的关联商品或服务，如果判断或使用不当，很有可能会产生侵权的风险。

例如，很多企业只要推出 APP 就必然要注册第 9 类，或者只要第

9 类上存在了在先相同商标，就认为无法再使用该商标。实际上，很多 APP 只是作为工具来推广其主营产品或服务的，仅是个平台，本身并非是商品，这种情况下，即使无法取得第 9 类的商标权，依然可以使用 APP。

再例如，“定制的家私”属于第 20 类，但家具定制是指消费者根据自己的要求来设计想要的家具，企业要根据消费者的设计要求来制造个人专属家具，整个过程不仅涉及“家具”这一商品，同时也涉及到了 42 类设计服务、40 类加工服务，只不过因为消费者消费的最终目的是获得“家具”这一商品，而“设计和加工”只是这一商品经过的过程，因此将其划分为 20 类。但如果在家具定制中，突出了设计服务或者将设计作为一种有偿服务，很可能会侵犯他人 40 类及 42 类商标权。

因此，商品与服务的判断对于商标使用以及风险的规避有着重要的作用。

综上，《区分表》是判断商品、服务是否类似的重要参考依据，但并不是绝对的、唯一的依据。判断商品、服务是否类似，应当考虑商品与服务的性质、用途、销售对象及销售渠道等多种因素，以是否导致相关公众混淆为标准。准确的分析判断商品与服务，使商标保护更加全面，也能降低商标侵权风险。

作者：北京市品源律师事务所 宋菲

从商标法三十二条后半款探讨 在先使用商标的维权之路

在 商标注册取得专用权的我国，对商标的保护主要在于注册商标。商标承载着一个企业的经营管理、科技进步、商业信誉、产品或服务的质量等等，是企业不可分割的一部分，代表着企业形象。因此，对于企业来说，商标不仅起着区分商品和服务来源的作用，还是企业商品和服务质量的象征，可以起到广告宣传、促进销售的作用，是企业抢占市场、提高竞争力的重要工具。商标是企业的无形资产。

通过商标注册，企业可以获得受法律保护的商标专用权，可以有效阻止市场上假冒、傍名牌等不正当竞争行为。但在现实中，有很多企业在经营品牌之前未提前注册商标，以致在品牌有了较高的知名度后，出现了他人利用商标注册漏洞抢注商标并制造仿冒产品的现象。如苹果公司 6000 万美元从唯冠手中买回“iPad”商标、奇瑞腾讯“QQ”商标的争夺、特斯拉商标拉锯战、“恒大冰泉”商标纷争案等等。

上述商标纠纷案件，都属于在先使用人未注册商标而被他人抢注的情况，最后付出巨大的财力物力和时间来维权。我国《商标法》实行“申请在先原则”，也就是说，在时间上，谁先提出商标注册申请，该商标的专用权就授予谁，一旦商标被他人抢注，企业将不能再使用该商标进行商业活动，如果继续使用，就会有侵犯他人注册商标专用权的风险。一个企业，投入巨大的精力培育的品牌，仅仅因为没有及时申请而被他人抢先注册，从而存在侵权的风险，要么如苹果公司花重金赎回商标，耗费巨大的财力物力，要么就重新投入时间和精力打造新的商标品牌，放弃苦心经营的品牌为他人做嫁衣。但是无论哪种方式，都会给企业造成巨大的经济损失。

《商标法》五十九条第三款规定：商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的，注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用，但可以要求其附加适当区别标识。该条款有利于更好地实现在先使用未注册商标人与注册商标权利人之间的利益平衡，体现了商标法对商标使用价值的重视。但是，该制度是属于在先使用的抗辩制度，即在商标注册人被提起侵权时可以以此条款进行抗辩，但是该制度具有被动性，并不能完全保障在先使用商标人的权益。即使最后认定不构成侵权，在先使用人一般是需要附加适当的区别标识，而且只能在原使用范围内继续使用。作为消费者来说，在选购商品时很容易忽视掉区别标识，通常只是凭借脑海中的模糊记忆在认购商品，因此在实际生活中，消费者还是有产生误认和混淆的可能。另外，一旦注册商标产品大量进入市场，必然会抢占在先使用人商品的市场占有率，若商标注册人生产了质次价高的商品，消费者很有可能将其误认为是在先使用人生产的商品或提供的服务，将会对在先使用人的品牌声誉产生巨大的冲击，造成的损失是不可估量的，很有可能导致一个品牌的陨落。其次，商标在先使用人只能在原使用范围内继续使用，这无疑就限制了品牌的发展，无法向周边商品延伸。

一般而言，申请注册他人已经使用并具有一定影响力但未注册的商标的行为，都有抢注的主观恶意，企图搭顺风车、傍名牌，作为商标在先使用人，已经在商标注册的环节错失保护良机，在发现有他人抢注商标时，更应该主动出击，以从根本上消除商标注册及使用和发展的障碍。《商标法》第三十二条明确规定：申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢注他人已经使用并具有一定影响的商标。因此，对于抢注商标的行为，商标在先使用人可以凭此条款维护自身权利。但是因为注册保护制度仍然是我国现有的商标保护的基本原则，未注册商标只有在严格符合条件的前提下才能获得保护。在《商

BEYOND INFORMATION ◆ 奇字心 精字业

品源资讯

针对上述抢注情况，商标法也制定了相应的措施保护商标在先使用人的合法权益。

对于企业来说，商标不仅起着区分商品和服务来源的作用，还是企业商品和服务质量的象征，可以起到广告宣传、促进销售的作用，是企业抢占市场、提高竞争力的重要工具。商标是企业的无形资产。

标审查及审理标准》以及《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》中都有相关的规定。

使用《商标法》三十二条来保护在先使用的商标，一般需要同时满足以下条件：

1. 他人商标在系争商标申请日之前已经在先使用并有一定影响

该条件主要有两个条件要素，一是商标要在系争商标的申请日之前就已经使用，二是该商标因为在先使用已经具有一定的影响，“一定的影响”即“为一定范围内的相关公众所知晓”，换句话说，就是该商标要在一定的范围内具有较高的知名度。《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规定》第二十三条第二款对该条款中的“有一定影响”的认定提供了判定方法：“在先使用人举证证明其在先商标有一定的持续使用时间、区域、销售量或者广告宣传的，人民法院可以认定为有一定影响。”

2. 系争商标与他人商标相同或者近似，系争商标所指定的商品/服务与他人商标所使用的商品/服务原则上相同或者类似

在先使用人使用的商标与注册商标必须是使用在相同或类似商品服务项目上的近似商标，否则，在先使用人无法使用商标法三十二条后半款维权。

3. 系争商标申请人采取了不正当手段

在判断系争商标申请是否采用了不正当手段，可以综合考虑系争商标申请人与在先使用人是否曾有贸易往来或合作关系；是否共处相同地域或者双方商品服务有相同的销售渠道和地域范围；是否发生过纠纷，可知晓在先使用人商标；是否曾有内部人员往来关系；系争商标申请人具有谋取不正当利益为目的，利用在先使用人有一定影响商标的声誉和

影响力进行误导宣传，胁迫在先使用人与其进行贸易合作，向在先使用人或者他人索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金；以及系争商标与具有较强独创性的在先使用商标高度近似等情形。

另外，《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规定》第二十三条第一款中明确提到，“如果在先使用商标已经有一定影响，而商标申请人明知或者应知该商标，即可推定其构成‘以不正当手段抢先注册’，但商标申请人举证证明其没有利用在先使用商标商誉的恶意除外”。因此，是否构成商标法三十二条后半款的抢注情形，应当对“一定影响”的程度和“不正当手段”的情形予以综合考虑。值得强调的一点是，运用该条款进行商标维权时，商标使用证据尤为重要，提供的使用证据一定要能体现商标在先使用的时间点。

商标未注册会使企业处于被动，虽然《商标法》基于这种情形给予在先使用人一定的维权途径，但是，在现实生活中，很有可能因为在先使用人证据保存不完整等一系列不可控和未可知的主客观情况，无法形成商标在先使用完整的证据链，很有可能导致维权失败，痛失苦心经营的品牌。因此，任何一个企业在经营之初，应当重视商标布局，妥善保存商标的使用证据，若遇到在先使用的商标被他人抢注的情形，也要及时请专业人士制定应对策略，采取积极有效的措施，尽最大努力维护自己的合法权益。

能够未雨绸缪做好准备固然是上策，但若真的错失商标注册良机，亡羊补牢也为时未晚。

作者：北京市品源律师事务所 范亚妮

BEYOND INFORMATION • 电子心 始于业

品源资讯

清华大学对“清华翰亮”商标无效宣告行政诉讼案

“清华大学”系国内知名高校，代表了优秀的教育品质和服务质量，且其投资产业众多，故各行各业尤其教育培训等领域常出现摹仿“清华”商标的情况。而通过本案，可以看出国家知识产权局和法院为维护相关公众的合法利益，避免造成相关公众的混淆和误认，对于知名高校的商标权予以强力保护。而各大高校更应当重视起商标保护，防止他人攫取其品牌声誉谋取不正当的竞争利益，损害其品牌声誉，甚至损害相关公众对学校的美好情感。

案件背景

（一）基本事实

第 11 类 20251087 号“清华翰亮”商标（以下称“诉争商标”）由惠州市光子公司（以下称“惠州光子”）于 2016 年 6 月 8 日申请注册，2017 年 10 月 21 日核准注册，核准使用的商品为“自动浇水装置 1108；卫生器械和设备 1109；水净化装置 1110”。

2018 年 7 月 30 日，清华大学向国家知识产权局提出无效宣告申请，请求对诉争商标予以无效宣告。核心理由为：清华大学是世界级知名高校，具有很高的社会影响力。“清华”是申请人的校名简称，亦是申请人重点保护的商标之一，相关公众已经将“清华”与申请人联系在一起，“清华”和申请人已经形成唯一对应关系。诉争商标与申请人的第 5049112 号“清华”商标（以下称“引证商标一”）、第 1055000 号“清华”商标（以下称“引证商标二”）构成使用在相同或类似商品上的近似商标。申请人享有“清华”在先字号权，诉争商标侵害了申请人在先字号权。申请人的第 1225974 号“清华”商标（以下称“引证商标三”）被认定为在第 41 类服务上的驰名商标，诉争商标是对驰名商标的恶意复制摹仿，容易误导公众，致使申请人的利益受到损害。惠州光子申请诉争商标有傍名牌、搭便车之嫌，违背了诚实信用原则，诉争商标的注册使用会造成不良影响。

国家知识产权局于 2019 年 7 月 20 日作出裁定，认定“诉争商标指定使用的自动浇水装置商品与引证商标二核定使用的装饰喷泉商品属于类似商品。诉争商标指定使用的卫生器械和设备、水净化装置商品与引证商标二核定使用的水龙头、装饰喷泉等商品在商品的销售渠道及消费对象等方面均存在重叠。诉争商标“清华翰亮”完整包含引证商标二“清华”，诉争商标亦未形成明显区别于引证商标二的新含义。同时考虑到

第三人的“清华”商标在学校（教育）行业具有极高的知名度，诉争商标与引证商标二使用

在类似商品上，易使相关公众认为诉争商标所有人与引证商标二的所有人之间具有某种关联，从而引起相关公众的混淆误认。故认定诉争商标与引证商标二构成使用在类似商品上的近似商标，并对诉争商标予以无效宣告。惠州光子不服国家知识产权局裁定，向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局作出的商评字 [2019] 第 148875 号关于第 20251087 号“清华翰亮”商标无效宣告请求裁定书（以下称“被诉裁定”）。第三人清华大学委托北京市品源律师事务所作为其代理人参加诉讼。

（二）当事人主张

原告的主要起诉理由：1. 原告是专业从事 LED 照明、卫生器械设备产品“研发、制造、销售、服务”的国家高新技术企业，在行业内的知名度高于第三人。诉争商标与引证商标一、二、三从外观、呼叫、构成要素、显著识别部分、含义、指定使用商品等方面有明显区别，不构成《商标法》第三十条所指的在同一种或类似商品上的近似商标。诉争商标与引证商标具有较大区别，共存于市场不会引起相关公众的混淆和误认。2. 第三人长期先后在多类别申请商标并长期闲置，有损于公平竞争的市场秩序。3. 经原告检索，在众多类别上存在大量已注册“清华”或完整包含“清华”文字的商标，故诉争商标应予维持。

被告答辩：诉争商标与引证商标二已经构成使用在类似商品上的近似商标。被诉裁定认定事实清楚，适用法律正确，应予以维持。

第三人陈述意见：1. 诉争商标与引证商标二构成相同或类似商品上的近似商标，易造成相关公众的混淆或误认。2. 第三人的第 1225974 号“清华”商标在第 41 类学校（教育）服务上具有较高知名度，已构成驰名商标，诉争商标会弱化第三人驰名商标的显著性，损害第三人的利益，诉争商标应当予以无效宣告。

（三）裁判结果

北京知识产权法院认定，诉争商标“清华翰亮”完整包含引证商标“清华”，且未产生新的含义，诉争商标与引证商标二构成近似商标。此外，考虑到第三人的“清华”商标在教育行业具有较高的知名度，易使相关公众认为诉争商标与引证商标二存在关联或为系列商标，进而引起相关消费者对商品来源的混淆或误认。故诉争商标的申请注册违反了2014年《中华人民共和国商标法》第三十条的规定，并驳回了原告的诉讼请求。

案件评析

本案重点是证明诉争商标与引证商标构成类似商品上的近似商标，诉争商标与引证商标共存易造成相关公众的混淆和误认。因此，品源代理人着重从商标标识本身的近似程度，“清华”商标的显著性和知名度，原告的恶意，核定商品的关联程度等陈述意见，并提供了相应的证据，最终获得了法院的支持。

首先，诉争商标与引证商标标识本身基本相同。诉争商标“清华翰亮”与引证商标“清华”均为纯文字商标，在构成要素上完全相同。且两商标前两字均为“清华”，对于中国的相关公众而言，更易对商标的首词加以识别和记忆，因此，诉争商标与引证商标二的显著识别部分也完全相同。此外，“清华”经过第三人长期的宣传和大量的使用，已经具有了极高的知名度和显著性，为相关公众所熟知。诉争商标系完整包含他人在先使用并具有一定知名度商标，且未形成与引证商标二相区别的含义。故两商标标识高度近似。

其次，“清华”商标具有较强的显著性和知名度，原告具有明显的攀附恶意。“清华”商标在教育行业具有极高的知名度，早于2006年被认定为驰名商标。“清华”一词代表着中国的高等学府，更是无数人心中的美好向往，代表着高精尖的学术水平，更是优质的商品或服务品质的保证。此外，同方股份有限公司发起人之一为清华控股有限公司，清华控股有限公司系国有独资企业，清华大学系其股东。同方股份有限公司于1997年2月17日在第11类“灯、卫生器械和设备、水净化装置”商品上申请注册了第1173356号“清华同方”商标。因此，原告作为中国的普通公众必然知晓“清华”商标的存在，作为照明、卫生器械行业的从业者，也应当知晓“清华同方”的存在，其仍执意申请注册本案诉争商标“清华翰亮”，并注册、在教育采购网上使用了多件“清华翰亮”商标，明显具有攀附第三人清华商标知名度和美誉度以牟取不正当利益的恶意。

最后，诉争商标核定使用“卫生器械和设备、水净化装置”与引证商标二核定使用的“水龙头、装饰喷泉”在使用场所、销售渠道、消费对象上具有极强的关联关系，构成类似商品。其一，从使用场所及用途上看，“卫生器械和设备”主要使用在卫生间，“水净化装置”主要使用在厨房或卫生间，“水龙头”主要使用场所也为厨卫，可见在使用场所上完全相同。而“水净化装置”是消毒净化水的装置，净化后的水必然通过水龙头传输出来以供使用，因此，“水净化装置”与“水龙头”在用途上需搭配使用，关联性极强。其二，基于用途及使用场所的互补性，上述商品经常在五金商店或大型的家居建材店销售。如在线下的居然之家、红星美凯龙家居建材商城或在线上的苏宁易购网上商城，上述

商品均同时销售，在销售渠道上重合。其三，“水龙头、装饰喷泉”的消费对象必然为对家装有需求的相关消费者，而“卫生器械和设备、水净化装置”也是装饰装修必用素材，因此，上述商品的消费对象也基本重合。因此，诉争商标核定使用的商品与引证商标二核定使用的商品关联性极强。

综上，诉争商标与引证商标二构成类似商品上的近似商标。此外，为证明“清华”商标在教育领域具有极高的知名度，第三人在诉讼阶段补充提交了“清华”商标获得驰名商标保护的相关判决和裁定。为证明原告具有恶意，提交了第三人关联公司“同方控股有限公司”早于1997年申请在“灯、卫生器械和设备、水净化装置”商品上“清华同方”商标档案、原告在第三人教育领域关联性极强的教育采购网上使用“清华翰亮”商标的证据、原告申请注册的“清华皓亮”商标因构成对驰名商标“清华”的摹仿，故被国家知识产权局无效宣告的裁定等证据。上述证据最终被法院采信，并影响了法官的自由心证。诉争商标最终予以无效宣告。

律师点评

本案争议焦点为商标法第三十条，即诉争商标与引证商标二是否构成类似商品上的近似商标。本案中，国家知识产权局跨类保护认定诉争商标核定使用在卫生器械和设备、水净化装置商品与引证商标二核定使用的水龙头、装饰喷泉等商品构成类似商品。而商品类似是法律判断问题，《类似商品和服务区分表》仅为判断商品类似与否的参考。

最高人民法院在（2012）行提字第10号判决中认定：对于完全相同或者高度近似的商标、在商品类别范围上可以放宽。最高人民法院在（2016）最高法行再10号判决中认定：在引证商标具有较高的显著性和知名度或者被异议商标申请人具有明显的攀附故意时，应当适度从宽把握商品类似的范围。

《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规定》（简称商标授权确权规定）第十二条规定：认定是否容易导致混淆应当综合考量商标标志的近似程度、商品的类似程度、引证商标的显著性和知名度、相关公众的注意程度，也可以参考商标申请人的主观意图和实际混淆的证据等因素，而且强调这些因素之间可以相互影响。由该规定可以看出，判断相同或类似商品上的近似商标应当以混淆可能性为判断标准，商品是否类似应当考虑商标的近似程度，引证商标的知名度等因素。从最高人民法院的生效判决和商标授权确权规定中可以看出，判断商品是否类似，可以参考商标的近似程度、引证商标的显著性和知名度、申请人的主观意图等因素。因此，本案中，品源代理人根据上述判断商品是否类似的参考因素，进行了意见陈述和证据提交，最终被法院所支持。

作者：北京市品源律师事务所 杨薇

掌阅科技对“掌读”商标 无效宣告行政诉讼案

“商标经过使用，已经形成稳定的市场秩序”系多数商标申请人的抗辩理由，该理由在特定案件中已经被法院予以支持，但是其重点在于提交在引证商标申请日前的大量使用证据。此外，对于证据的质证应当注重细节，对于可能影响案件的证据要重点进行质证，最好能找到有利的反证予以反驳。本案进一步明确了市场格局理论的适用前提必须是引证商标申请日之前的正当使用。

案件背景

（一）基本事实

第41类18958216号“掌读”商标（以下称“诉争商标”）由长沙掌读网络科技有限公司（以下称“长沙掌读”）于2016年1月21日申请注册，2017年2月28日核准注册，核准使用的服务“教育、流动图书馆、书籍出版、电子书籍和杂志的在线出版、提供在线电子出版物（非下载）、娱乐服务、在计算机网络上提供在线游戏、文稿撰写、组织教育或娱乐竞赛、录像带发行”。

2018年7月27日，掌阅科技股份有限公司（以下称“掌阅科技”）向国家知识产权局提出无效宣告申请，请求对诉争商标予以无效宣告。核心理由为：1. 申请人是独立运营的数字阅读企业，是我国领先的移动阅读平台。“掌阅”作为申请人的主品牌，经过长期使用和广泛宣传，已为相关公众所熟知，具有极高的知名度和影响力，构成驰名商标。2. 诉争商标是对申请人第13879330号“掌阅”商标（以下称“引证商标一”）、第16436226号“掌阅”驰名商标（以下称“引证商标二”）的抄袭和摹仿，亦构成对申请人驰名商标的淡化，其申请注册容易误导公众，致使申请人的利益受到损害。3. 诉争商标与申请人引证商标二构成相同或类似服务上的近似商标。4. 诉争商标与申请人商号“掌阅”极为近似，侵犯了申请人的在先商号权。5. 申请人注册和使用诉争商标，具有明显的主观恶意，属于以其他不正当手段取得注册的情形。诉争商标系对申请人引证商标的抄袭、摹仿和恶意注册，是典型的“傍名牌、搭便车”行为，有违诚实信用原则，易导致消费者对服务的来源产生混淆和误认，扰乱正常的市场秩序，产生不良的社会影响。

国家知识产权局于2019年5月21日裁定：诉争商标文字“掌读”

与引证商标二文字“掌阅”在文字构成、呼叫、整体视觉效果等方面相近，且含义上无明显区别，已构成近似商标，诉争商标核定使用的教

育、娱乐等服务与引证商标二核定使用的教育、娱乐等服务在服务内容、对象等方面相近，属于同一种或类似服务。诉争商标在教育、娱乐等服务上与引证商标二共存于市场，易导致相关公众对服务来源产生混淆和误认，故对诉争商标予以无效宣告。

长沙掌读不服国家知识产权局裁定，向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局作出的商评字[2019]第117870号关于第18958216号“掌读”商标无效宣告请求裁定书（以下称“被诉裁定”）。第三人委托北京市品源律师事务所作为其代理人参加诉讼。

（二）当事人主张

原告的主要起诉理由：1. 诉争商标“掌读”与引证商标二“掌阅”在字形、呼叫、含义上均存在明显差异，不构成类似服务上的近似商标。2. 诉争商标“掌读”已经投入市场使用多年，原告使用诉争商标“掌读”所提供的服务有近千万的稳定的客户群体，期间从未引起消费者的混淆误认。3. 对商标近似的判断应当从审查和使用两个环节考察，更重要的是在使用当中对事实的判断，原告认可引证商标二“掌阅”在市场上具有一定的知名度，但不能因其知名度而肆意扩大对其保护范围。

被告答辩：诉争商标与引证商标二已经构成使用在类似服务上的近似商标。被诉裁定认定事实清楚，适用法律正确，应予以维持。

第三人陈述意见：1. 诉争商标“掌读”与引证商标二“掌阅”构成相同或类似服务上的近似商标，违反了商标法第三十条的规定，诉争商标应予以无效宣告。2. 诉争商标提供的服务并未形成稳定的客户群体，与引证商标二共存必然会造成相关消费者的混淆误认。3. 第三人并未肆意扩大“掌阅”商标的保护范围。因此，被诉裁定认定事实清楚，适用法律正确，作出程序合法，请求法院驳回原告的诉讼请求。

（三）裁判结果

北京知识产权法院认定：诉争商标为文字商标“掌读”，引证商标二为文字商标“掌阅”，二者在文字构成、含义、呼叫、整体视觉效果等方面相近，已构成近似商标。诉争商标与引证商标二同时使用在上述相同或类似服务上，易使相关公众对服务来源产生混淆误认。在案证据不足以证明诉争商标经过使用已具有较高知名度足以与引证商标二相区分。故诉争商标的申请注册违反了2014年前《中华人民共和国商标法》第三十条的规定，驳回了原告的诉讼请求。

案件评析

本案中，对于判断诉争商标与引证商标二是否构成相同或类似服务上的近似商标争议较小。本案难点在于原告提出的“诉争商标经过广泛的宣传和使用具有一定知名度足以与引证商标二相区分”的起诉理由。为证明上述主张，原告提交了如下证据：1. 掌读、掌阅在各大搜索及百科的搜索结果；2. 掌读在各大应用商店、下载中心的截图；3. 掌读APP的下载排行、使用截图及微信公众号、微博截图；4. 掌读APP的数据统计；5. 掌读推广协议。

品源律师为证明诉争商标与引证商标二共存已经造成了相关公众的混淆和误认，且原告提交的证据不足以证明诉争商标经过使用具有一定知名度，对上述证据进行了质证。主要质证理由为：1. 以“掌读”为关键词进行搜索时，在页面右侧相关软件的即为“掌阅”。此外，在页面下方的相关搜索中也出现“掌读 ireader、掌阅 ireader”的相关搜索词条，由此可见，“掌读”与“掌阅”共存实质上已经造成了相关公众的混淆。2. 微信公众号截图中显示与掌读相关的微信公众号共六个，经查询，“掌读”、“掌读看书”、“掌读文化”、“掌读读书”均为第三人对诉争商标提起无效后即2018年7月后更名或注册的公众号。可见，上述微信公众号系原告明知第三人对“掌读”商标提起无效宣告后，仍恶意申请注册使用。其中“掌读看书网”更名时间为2016年12月27日，其发布文章的阅读量基本均在100以内，因此，此公众号无法证明“掌读”已经得到了相关公众的关注和认可。微博“掌读看书”的主体为个人，并非本案原告。即使认为该账号系原告所有，该账号的粉丝数也仅为16689人，亦无法证明“掌读”经过使用获得了相关公众的关注与认可。3. 掌读APP数据下载统计。七麦数据显示，“掌读”APP的最早上线时间为2016年10月29日，上述证据仅能证明掌读APP已经进入流通领域，尚不足以证明其经过使用具有一定知名度。此外，经第三人查询发现，在七麦数据中以“掌读”为关键词进行搜索，在IOS系统中，首列即为第三人的“掌阅APP”；在Android系统中的应用宝、豌豆荚、OPPO应用商店中，并未出现“掌读APP”，均为第三人“掌阅APP”；在Android系统的其他应用商店，掌读APP与掌阅APP均同时出现。上述情况的存在说明，诉争商标与引证商标二共存已经造成了相关公众的混淆和误认。4. 友盟U-APP是面向开发者提供的APP智能检测与分析平台，系原告自制证据，对其真实性不予认可。且该数据统计显示的日期为2019.6.17-2019.7.17，仅此一段时间的数据统计无法证明诉争商标经过使用具有一定知名度。且即使参考这一数据，掌读APP-Android的七日平均活跃人数1615人，30日总活跃人数15668人，累计用户数达到3582104人，新用户次日留存率仅为9.01%；掌读APP-IOS的七日平均活跃数为3536人，30日活跃人数为26520人，累计用户数4235623，新用户次日留存

率仅为6.79%。因此，结合友盟数据的新用户次日留存率及日活人数可见，掌读APP并不具有一定知名度，更不可能与引证商标相区分。5. 推广协议签订的时间为2017年，发布的媒体为易玩网、快啦网、游讯网等游戏软件下载和直播平台，而游戏平台的受众极小，且原告未提供任何标识诉争商标的实际宣传图片，仅有的两份推广协议无法证明诉争商标的实际宣传使用情况。

为证明上述情况，品源代理人提供了原告微信公众号截图、微博截图、七麦数据截图等反证，用以证明诉争商标与引证商标共存，未形成明显区分的市场，且已经造成了相关公众的混淆误认。上述质证意见最终全部被北京知识产权法院认可，诉争商标最终被予以宣告无效。

律师点评

本案争议焦点为商标法第三十条，即诉争商标与引证商标二是否构成类似服务上的近似商标。本案中，各方主体对诉争商标与引证商标核定使用的服务构成类似服务均无异议。而本案诉争商标“掌读”与引证商标“掌阅”是否构成近似商标在近似判断上也争议较小。本案重点为诉争商标是否经过在先使用，足以与引证商标相区分。

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》第一条规定：人民法院在审理商标授权确权行政案件时，…对于使用时间较长、已建立较高市场声誉和形成相关公众群体的诉争商标，应当准确把握商标法有关保护在先商业标志权益与维护市场秩序相协调的立法精神，充分尊重相关公众已在客观上将相关商业标志区别开来的市场实际，注重维护已经形成的稳定的市场秩序。该意见实施以来，越来越多的当事人在商标授权确权案件中主张适用“形成稳定的市场秩序能够与引证商标相区分”的理由来审理案件。

然而，是否大规模的使用诉争商标必然能够产生与引证商标实际区分的效果呢？通常而言，对诉争商标的使用应当具有正当性。引证商标为已经注册的商标，享有注册商标专用权，已经产生排斥相同或类似商品上的近似商标的效力。如果诉争商标的注册人明知法律上的不能为之而为，则应当对不利后果早有预见，即所谓“咎由自取”。因此，诉争商标的注册人使用诉争商标应无“搭便车”的恶意，这一方面体现在诉争商标的使用应当发生在诉争商标的申请日前，另一方面诉争商标的使用还应当早于引证商标的申请日。《中华人民共和国商标法》第五十九条第三款规定，商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的，注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用使用该商标，但可以要求其附加适当区别标识。因此，在先使用抗辩成立的前提应当是申请日前的使用，产生实际区分的使用也应当早于引证商标的申请日。综上，当事人若主张诉争商标经过使用已经形成稳定的市场秩序能够与引证商标相区分，应当提供在引证商标申请日前已经持续使用的相关证据。而本案原告提交的使用证据均为引证商标申请日后的证据，故原告提出的诉争商标经过使用足以与引证商标相区分的理由未被北京知识产权法院认可，诉争商标最终被宣告无效。

作者：北京市品源律师事务所 杨薇

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 知识产权

品源资讯



品源知识产权成功入选 成为 AAAA 级专利代理机构

2020年6月2日，北京市专利代理师协会公示了2019年北京市专利代理机构等级评定结果，品源知识产权凭借多年丰富的知产经验、强大的实力和良好的信誉成功评定为AAAA级专利代理机构。

北京市专利代理师协会为贯彻落实《专利代理机构等级评定规范》，于2020年4月3日至4月14日组织评审专家完成书面评审，2020年4月29日至5月11日组织评审专家完成现场评审。本次评级严格按照标准评分要求，根据机构所提交材料信息及其完整度进行评定。经专家评分、行业评价委员会审定，并提交理事会审议通过。最终品源知识产权在北京市所有专利代理机构中脱颖而出，以专业的写作水平和高质量的服务能力获得AAAA级专利代理机构。

作为业内领先的知识产权服务机构，在16年的发展历程中，品源知识产权始终秉持“信赖意味着责任”的使命，以“成为受信赖的全球知识产权服务”为愿景，已从一个传统型知识产权服务商向着知识产

权代理、培训、信息、咨询、法律、商业化等服务的全方位、全产业链综合服务商转化。在这个转化过程中，品源知识产权坚持“一主两翼”的战略方针，致力于打造双核驱动的“IP服务器”，一方面，继续强化“基础核”，做大做强知识产权代理基础服务；另一方面，不断刷新“创新核”，运用场景化思维，敏锐、深入挖掘企业经营各个环节的知识产权刚性需求，从企业经营层面提供知识产权竞争策略解决方案，探索、迭代全新的IP服务品类，满足企业的高端服务需求，为客户提供更多高附加值的服务，帮助客户获得知识产权商业化的竞争优势，以协同发展的理念构建知识产权商业化良性生态。

随着品源全球化战略的深入开展，品源在全球将继续深入企业创新核心区，布局能够预见未来运营场景的全球专利池；为产学研结合体提供服务，以及与高校开展战略合作，共同开展人才培养；服务创新创业团队，协助其实现知识产权变现（融资）；帮助国内企业“走出去”提供国际服务，并协助引进国外先进技术，品源将一如既往，为中国创新加油！

热烈祝贺品源后浪们开启职场新征程

5月6日，品源知识产权举办了2020国内三大事业部优秀骨干晋升及任命仪式。会议由人力行政中心总监于焯赫主持，总经理闵桂祥、副总经理胡彬、各事业部总监和各事业部人员参加了会议。

由于疫情，这场年初就应该举行的会议推迟到了五月份。为了适应公司和各事业部发展新需求，本次会议决定共晋升八名员工担任部门经理和客户经理。这些新晋升的员工都是80后和90后，通过不断的努力奋斗，开启了职场新征程。

会议最后，闵总对今天的活动进行了总结并提出殷切期望和要求，他首先祝福了新晋升的小伙伴们，希望他们新的起点，再接再厉，不断加强学习，提高自身综合素质，工作既有深度和细度，又要有系统性和条理性，发扬团队精神，起好表率作用，多向周边人学习，争取取得更大的成绩，实现自我价值。

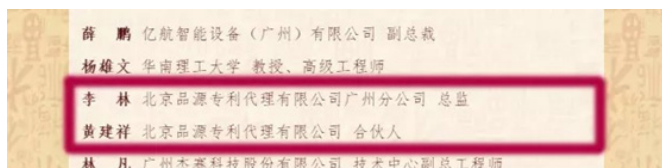
闵总提到，2020年，由于疫情的原因，很多企业受到了很大的冲击，知识产权代理行业也将重新洗牌。品源知识产权作为一家资深的代理所，在三驾马车（代理业务、诉讼业务和管理咨询业务）的带领下，稳健发展，朝着既定的目标前进。闵总说道“在这场疫情攻坚战中，我很感激品源的小伙伴们，我们这支八百人的队伍能够攻坚克难，勇往直前，最终安全度过了最艰难的时期。大家选择品源，信任品源，‘信赖意味着责任’品源也会始终与大家同在。”

这个时代到处都是唾手可得的知识和机遇。我们恰逢其会，后浪们，不要辜负这个时代，让我们一起加油吧。



品源两位专家入选广州南沙知产发展促进会

为进一步适应知识产权工作的需要，发挥知识产权人才在创新驱动发展中的作用，助推知识产权工作的发展，广州市南沙区知识产权发展促进会向社会征集知识产权专家、金融专家和技术专家，日前对第一批拟入库专家予以公示。品源知识产权合伙人、品源广州分公司总经理黄建祥和品源广州分公司技术总监李林成功入选。



自2013成立以来，品源广州分公司始终坚持积极融入地区创新创业事业，助推区域经济建设发展。截止到目前，品源知识产权专家团队多名成员先后入选了广东知识产权保护协会第二届专家库专家团队，广州市黄埔区、开发区知识产权保护专家服务团和广州市百所千企知识产权服务专家团队等。

品源人将承载着这些荣誉与责任，秉承“信赖意味着责任”的价值观，推动知识产权行业发展行稳致远。

品源无锡分公司举行十五周年庆典活动 时光荏苒，岁月峥嵘

五年风雨征程，十五年风霜如画，品源知识产权无锡分公司已经走过辉煌的十五年。十五年，是一种经验的沉淀，十五年，是一种基石的夯实，5月17日，品源无锡分公司迎来了15周年的生日，十五年来，品源人在激烈的市场竞争中奋力拼搏、砥砺前行，经过市场风雨重重洗礼，取得了累累硕果！

庆典开幕

为庆祝这一特殊的日子，2020年5月17日，以“感恩同行，共赢未来”为主题的品源无锡分公司十五周年庆典活动拉开帷幕。此次庆典特邀华东区分公司黄立伟老师、陈金忠老师、刘臣刚老师共聚一堂，共同分享无锡分公司十五周年的喜悦与精彩。

领导致辞

在主持人的开场词中，庆典正式开启，品源无锡分公司总经理俞宏明先生上台致辞。在致辞中，俞总带大家回顾了过去创业的艰辛，感谢长期以来给予支持和信任的品源家人们，更感谢在公司发展过程中给予支持和帮助的客户们。公司十五年来的发展和成就，离不开奋斗在各个岗位的全体员工，更离不开一路相随十年的老员工们的辛勤付出，他们是公司走向成功的奠基者！

视频回顾

庆典现场通过一个短视频，回顾了无锡品源分公司这十五年来的峥嵘岁月和高光时刻。十五年的拼搏、十五年的春华秋实都浓缩进了短片中，一张张熟悉或陌生的面孔，一次次新的突破，这十五年来的点点滴滴重现在我们眼前。此情此景，让每个人都心潮澎湃。此刻，生日歌缓缓响起，为共同见证这一时刻，大家一起点亮十五周岁生日烟火，祝福公司迈向更加辉煌灿烂的明天！

师徒仪式

庆典现场，大家一起进行了颇具创意的“师徒仪式”。师徒同行，合作共赢，携手成长，共创未来！请伙伴们见证，从今天开始，我们将共同肩负起品源赋予我们的责任：做客户身边的知识产权专家！无论惠山锡山、梁溪滨湖和新吴，我们乘风破浪，扬帆起航；无论华南华北、华东华西，我们同甘共苦，携手前行；无论国内国外，海内海外，我们敢想敢干，共创未来。我们承诺：搞定专利，拿下商标，签单项目，干好运营，做好版权，我们师徒定全力以赴，争创佳绩！



圆满落幕

除此之外，公司还给大家准备了不少“惊喜”，各种福利发不停！小伙伴们奖品拿不停！宴时，大家在一片欢声笑语中共饮杯中酒，酒喝干再斟满，杯中满满的都是大家一路走来的情谊。伴着祝福、伴着笑语，周年庆的欢乐时光也随即圆满落幕。同心同行，共赢未来！2020年，品源无锡分公司走过了15个年头，趁此周年庆之日，我们感谢一路上所有支持和帮助过品源的朋友和同事。从初创到进入高速发展，从一张白纸到不断地整合创新，我们做出了自己的一番成绩，但品源前进的脚步不会停止，品源人奋进拼搏的精神不会停歇，品源在前进的道路上将再接再厉，与大家同心同行，共赢未来！

品源助力企业获 2020 年 江苏省知识产权战略推进计划项目

近日，江苏省知识产权局发布《江苏省知识产权局关于组织申报 2020 年度省知识产权战略推进计划项目的通知》，经组织申报、项目初审、信用审查、网络评审等环节，最终确定了企业名单。品源客户南京德朔实业有限公司和法兰泰克重工股份有限公司成功入选。

2020年度省企业知识产权战略推进计划 项目拟立项单位名单

序号	拟立项单位
1	江苏传艺科技股份有限公司
2	江苏沙钢集团有限公司
3	南京德朔实业有限公司
34	常州制药厂有限公司
35	法兰泰克重工股份有限公司

为进一步激发江苏省知识产权创造活力，全面提升江苏省知识产权产出质量，不断强化企业知识产权战略实施能力，加快提升知识产权保

护水平，更加有力支撑知识产权强省建设，更好助推经济高质量发展，江苏省特展开了一系列知识产权创新活动。

南京德朔实业有限公司和法兰泰克重工股份有限公司作为两家实力较强的创新型企业，通过与品源知识产权团队合作，构建了企业专利信息利用机制，完善了产品的知识产权布局，建立健全了企业的知识产权保护体系，全面增强了企业的核心竞争力。

作为业内领先的知识产权服务机构，品源知识产权坚持“一主两翼”的战略方针，致力于打造双核驱动的“IP 服务器”，一方面，继续强化“基础核”，做大做强知识产权代理基础服务；另一方面，不断刷新“创新核”，运用场景化思维，敏锐、深入挖掘企业经营各个环节的知识产权刚性需求，从企业经营层面提供知识产权竞争策略解决方案，探索、迭代全新的 IP 服务品类，满足企业的高端服务需求，为客户提供更多高附加值的服务，帮助客户获得知识产权商业化的竞争优势，以协同发展的理念构建知识产权商业化良性生态。不忘初心，砥砺前行，品源将一如既往，为中国创新加油！

品源 2020 首届培训班正式结业

大江流日夜，慷慨歌未央。在朝气蓬勃的五月，品源知识产权学院 2020 年第一期培训班的学员们正式结业了。受疫情影响，本届培训班虽未举行文娱活动，但老师们为每一位学员精心准备了毕业礼物。

一个月的专业培训结束后，培训班的学员们将进入“实战阶段”。根据各个专业领域的不同情况，每位学员将由一两位资深导师全程进行“一对一”辅导，助力大家都能在较短时间内成长。

2020 年是极其特殊的一年，每一位刚步入职场的新人都会感觉焦虑和不安。当年，著名美学家朱光潜在致青年的信中这样写道：“以冷静态度，灼见世弊；以深沉思考，规划方略；以坚强意志，征服障碍。”

在品源知识产权，公司拥有完善的培训晋升机制，每一位新加入的品源人在职场发展的道路上机遇与挑战并存。大家要相信挑战和困难是



暂时的，也要相信奋斗是有力量的。用汗水浇灌收获，以实干笃定前行。千淘万漉虽辛苦，吹尽黄沙始见金。

Your trustworthy partner
in **CHINA!**



PATENT



TRADEMARK

BEYOND

ATTORNEYS AT LAW



LITIGATION



COPYRIGHT

ESCORT

THE AGE OF KNOWLEDGE ECONOMY

Over 800 employees headed by a core team of 12 partners. | Headquarters in Beijing, China.
16 branch offices in major Chinese cities. | 3 overseas representative offices in Munich, New York and Tokyo.
Ranked one of the top 10 Chinese IP law firms.

www.boip.com.cn



愿我们永远童心未泯 千帆历尽，归来仍是少年——品源东莞分公司六一活动

送去五月的芬芳，迎来六月的时光，六月的第一天，我们迎来了一个有趣的节日“六一儿童节”，童趣永远是最宝贵的，它属于所有人。别的小朋友有的，当然咱们品源东莞办的大朋友们也要有！

满满的仪式感，赶紧过来看看吧！



怎么样？看到一桌的美食是不是心动了？谁还不是个可可爱爱的小朋友了，在我们这儿，每个人的童心都要被呵护！

还愣着干嘛？你的小旺仔还不快快领取！



看到这些趣味小零食，有没有勾起你童年的回忆呢？来来来，看看是不是咱们不是是一个年代的小朋友！

BEYOND INFORMATION • 专注于糖行业

品源资讯

当然了，除了吃吃喝好，玩儿也是少不了滴！

逗趣的肢体语言，让人捧腹的你话我猜小游戏，等你来参与。



看看大伙儿乐得像小屁孩一样，咱成年人还能不能有成年人的成熟稳重啦。

？NO 今天不能！

玩游戏，那一定就会有赢有输，这一届优胜组的大朋友获得的奖励又是什么呢？让我们一起来瞅瞅吧！

什么？节操片？二货救星丸？唉，这一届



大朋友的脑洞可真大！我长这么大还没有过这样的奖励！你呢？

好啦，今天的儿童节就结束啦！祝愿品源的每一位小伙伴都能童心未泯，即使历经千帆，归来仍是少年！永远存有一份纯真，开心工作，快乐生活！



童心犹在，共庆六一

——【品源俱乐部】六一烧烤活动

摘要：品源小伙伴户外撒欢，我们正年轻，与小朋友们共度儿童节！

童心犹在，共庆六一！为了进一步提高团队凝聚力，丰富品源小伙伴的业余生活，5月31日管理部组织策划了一场以“六·一亲子户外烧烤”为主题的户外团建活动。

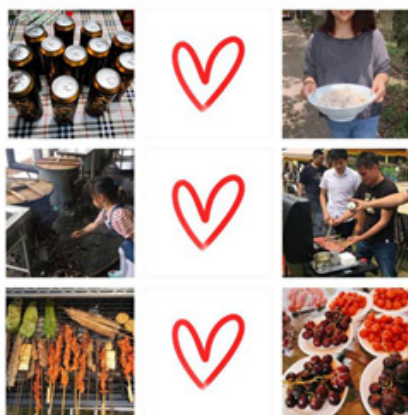
天公作美，连日的高温被前天的雨水冲刷干净，有小伙伴早早的就到达了活动地点——位于郊区的一座农庄。这不他们传来的照片，让我们这些还在路上的心痒痒的，特别是小朋友们，一听说有动物、有恐龙看，可高兴坏了！



伴随着小朋友的欢笑声，大朋友的闲聊声，我们期盼已久的烧烤活动正式开始了。有人开始招呼烤炉，有人准备烤串，有人去把炭火生起来，还有的自组一桌，玩起了扑克，一切井然有序……



在大家的辛苦努力下，我们的美食也逐渐上桌了。可惜，烧烤的速度远远比不上大家撸串的速度，每桌一会会就空盘了，最后大家上演了一场你争我抢的局面，好不热闹！



在各位烧烤摊主的卖力烧烤下，大家酒足饭饱！接下来进入今天的主题“大小朋友共庆六一”，在管理部的组织下，大家玩起了游戏。首先由小朋友们热场子，一看到气球，马上热闹起来了，大家抢着玩“运送气球”的游戏；为了让大朋友们也能融入进来，第二个游戏网名玩了亲子游戏“两人三足”，为了争第一，爸爸妈妈们拼尽全力，挎着孩子就往前冲；压轴的游戏当然要数拔河比赛咯，大朋友小朋友都使出了全身的力气，最终“妈宝队”战胜了“男子队”，获得了冠军，赢得了精美礼品！



几个回合拔河后，大家意犹未尽，我们在农庄里发现了现摘的本地大西瓜，赶紧上几个尝尝鲜，随后大家开始自由活动——休闲亲子时光：打牌的继续打牌，逛农庄的逛农庄，还有的带着娃娃们去寻找儿时的快乐（钓龙虾）……

活动虽然结束了，但这一份天真烂漫的情怀、自由欢快的记忆会永久的留在参加活动的每一位品源苏州分公司小伙伴们的心中！让我们期待下一次的快乐~~

BEYOND INFORMATION ◆ 专注于 精于业

品源资讯



品源知识产权党建宣传

— 不忘初心 牢记使命 品源在行动 —

科技抗疫，共克时艰！

品源助力推想科技完成医疗 AI 专利布局

前言：2020 年初，新型冠状病毒感染的肺炎疫情席卷而来，举国上下携手抗“疫”，面对这场疫情阻击战，没有人是旁观者。品源知识产权作为行业的领航者，勇担社会责任，快速响应客户需求，高效、高质为抗疫相关技术的知识产权保护保驾护航！

科技战“疫”

“人类同疾病较量最有力的武器就是科学技术”，习近平总书记强调，提高治愈率、降低病亡率，最终战胜疫情，关键要靠科技。科学技术是战胜新冠肺炎的关键，自新冠肺炎疫情暴发以来，科技企业作为“科技战疫”的主力军，积极发挥自身科技实力，奋战在抗“疫”第一线。

“盖有非常之功，必待非常之人。”疫情暴发初期，推想科技迅速联合武汉同济医院、武汉大学中南医院和深圳三院（国家感染性疾病临床研究中心），基于新一代人工智能技术，研发了‘新型冠状病毒肺炎智能辅助筛查和疫情监测系统’，以供各级政府及医疗机构快速准确了解疫情，实现智能分诊、量化评估和进展管理的智能化辅助工作，并实时进行疫情监测工作，经由 1000 例临床测试，模型表

现优异，敏感度达到 98%。

面对持续蔓延的新冠肺炎疫情，推想科技研发的肺炎智能辅助筛查和疫情监测系统，已经在中国、日本、意大利等世界多个国家成功部署，正在为全世界奋战在抗击新冠肺炎疫情一线的医生们提供帮助。

专利护航

科技是第一生产力，也是疫情防控的第一战力。保护好科学技术，才能让科技更坚不可摧。疫情期间，品源知识产权成立“战疫专业技术小组”，针对疫情防控型企业提供专利信息分析利用和专利导航等服务，加强防疫新药、医疗设备、救治方法等方面的专利布局指导，以提高企业研发针对性和实效性。

春节期间，推想科技研发团队通过夜以继日的持续奋战，首发能够用于新型冠状病毒肺炎的 AI 系统，并与品源团队多次沟通，委托品源申请了 GUI 外观专利。接到推想科技委托后，品源针对推想科技的迫切需求，火速安排相关领域的代理师，开始 GUI 外观专利的

申请工作。最终在品源专利代理师、专利流程人员、客服人员和客户的共同努力下，2 天顺利完成了专利申请文件的交局工作。

信赖意味着责任

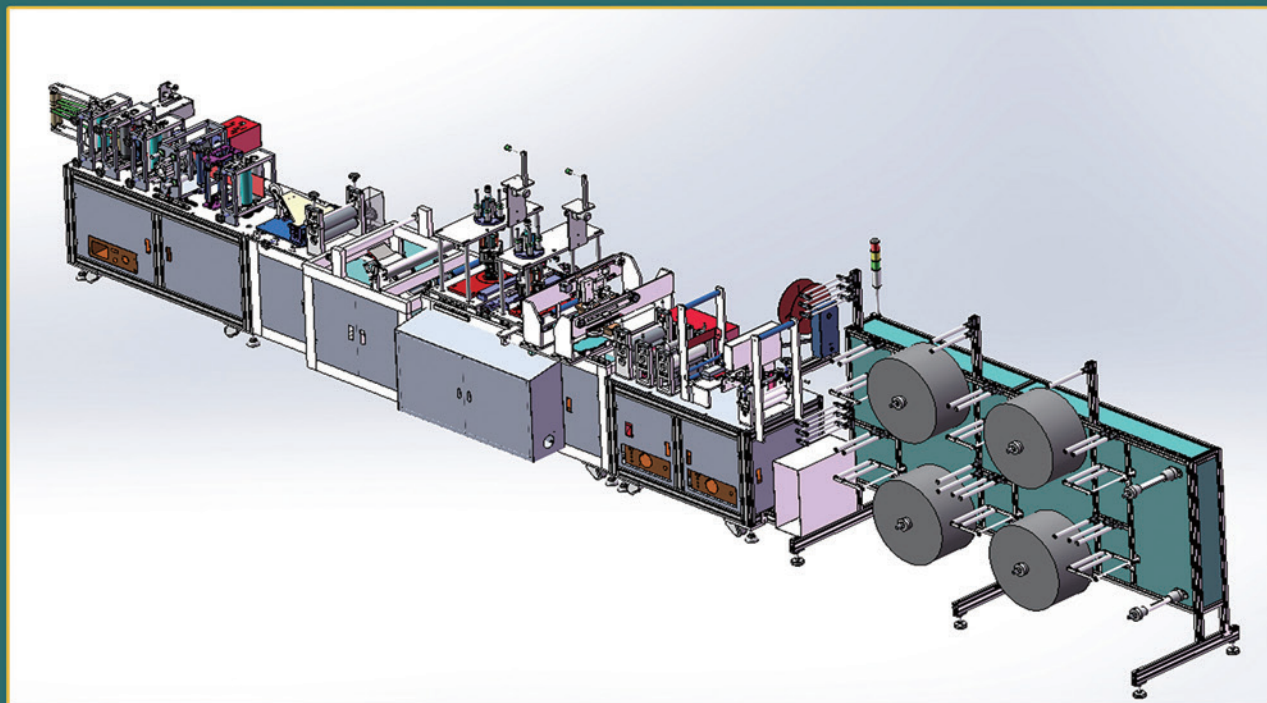
受疫情影响，知识产权服务行业或许迎来新洗牌。只有紧抓质量和服务，努力“修炼内功”，知识产权服务机构才能脱颖而出。“信赖意味着责任”，品源知识产权自疫情发生以来，针对企业疫情防控相关的知识产权保护需求部分，团队成员克服原有案件多、时限紧、远程办公不便等诸多困难，高效、高质完成专利撰写任务，保障客户的权益。经此一“疫”，品源在专业化、高质量发展道路上不断前行，越走越远。

BEYOND INFORMATION • 电子心 精英业

品源资讯



3D 口罩自动生产线



交付周期短



高效率



高良品率



价格实惠

全自动3D口罩生产线采用先进设计，仅需一人即可实现自动生产。

主要参数：

设备尺寸：10000*1400*2000mm

工作电压：220V

工作气压：4-6Bar

功率：12KW

生产效率：65pcs/min

无锡埃姆维（锡明集团）

Wuxi Imv Industry Control Equipment Co., Ltd.

无锡市滨湖区缘溪道3号2F

刘富君：15021092799，陈坤坤：15261532181

www.wximv.com

品源助力新石器完成 AI 无人车专利布局



技术方案中涉及的细节问题与问题进行沟通交流，最终在品源国内电学事业部、专利流程部、客服部和客户的共用努力下，23 天顺利完成了专利申请文件的交局工作。



科技战“疫”

2020 年伊始，新型冠状病毒来势汹汹，对我国乃至海外其他人民的生产和生活产生重大影响。病毒肆虐，科技力量也于第一时间投身防疫、抗疫阻击战中，助力社会维稳、医护诊疗和经济发展。

科技战“疫”，刻不容缓。疫情期间，新石器针对防疫工作特点，第一时间定制化研发出消毒车、监测车等特殊车型，并派遣团队和多辆无人车奔赴武汉，参加抗击疫情的战斗。新石器无人车通过自动驾驶 +5G 远程协助模式，在雷神山、医院和社区运输防疫紧急物资，进行日常消毒防疫工作。此外，在北京、上海、广州、深圳、西安、河北和四川等地，新石器无人车也已经在重点保护区域和隔离区域进行消杀作业，一定程度上避免疫情前线工作人员交叉感染风险，助力全国疫情防控工作高效进行。

专利护航

如果说科技是战胜疫情的关键，那么保护创新就是构筑安全防护网。疫情期间，

品源知识产权成立“战疫专业技术小组”，针对疫情防控型企业提供专利信息分析和专利导航等服务，加强防疫新药、医疗设备、救治方法等方面的专利布局指导，以提高企业研发针对性和实效性。



新石器技术团队在研发定制化车型的过程中，与品源团队多次沟通，并委托品源申请多项发明专利。接到新石器委托后，品源国内电学团队针对新石器的迫切需求，火速成立了相关技术领域的代理师团队，开始了专利申请文件的撰写工作。在此期间，品源代理师多次就

信赖意味着责任

疫情对每个企业都是一场大考，既要在危机中生存下去，又要把握危机中的“机遇”。品源知识产权自疫情发生以来，针对企业疫情防控相关的知识产权保护需求部分，团队成员克服原有案件多、时限紧、远程办公不便等诸多困难，高效、高质完成专利撰写任务，保障客户的权益。

知识产权是个需要耕耘十年，二十年甚至上百年的行业，疫情之后，知识产权下一程依然充满活力。“信赖意味着责任”，品源知识产权将继续为企业创新发展加油，为中国创新发展助力。



向未来出发

Travel to the future



高标号铝合金



德国拜金PC



高质量铝材推锁



静音万向轮



全球定位追踪



蓝牙防丢双向警报



蓝牙内置称重模组，运算出箱体的总重量。



蓝牙TSA锁，通过指纹或人脸识别操作开关。



可拆卸式移动电源5200mAh，供电于智能系统及可给手机充电用。



info@unq-travel.com



15012516505

上天猫搜索 UNQ旗舰店



北京总部

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

国内分公司

上海分公司:

浦东办公室:
 电话: 021-6106 0818
 邮箱: shanghai@boip.com.cn
 地址: 上海市浦东新区盛夏路 169 号 1 幢 501 室
 嘉定办公室:
 电话: 021-8033 2806
 邮箱: shanghai@boip.com.cn
 地址: 上海市嘉定区平城路 1055 号 609A 室

广州分公司:

越秀办公室:
 电话: 020-8700 1700
 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
 黄埔办公室:
 电话: 020-66608434
 邮箱: guangzhou@boip.com.cn
 地址: 广州市黄埔区萝岗万达广场 B1-2201

深圳分公司:

电话: 0755-2665 6929
 邮箱: shenzhen@boip.com.cn
 地址: 深圳市南山区高新南四路泰邦科技大厦 1903 室

东莞分公司:

电话: 0769-3893 7887
 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: 132 6177 9978
 邮箱: qdhr@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 D10-1

苏州分公司:

电话: 0512-87661566
 邮箱: suzhou@boip.com.cn
 地址: 苏州工业园区金鸡湖大道 1355 号
 国际科技园 A0704-0705 室

无锡分公司:

电话: 0510-83592583 / 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 10 号

西安分公司:

电话: 029-89569569
 邮箱: hr@boip.com.cn
 地址: 西安市雁塔区唐延路 11 号禾盛京广中心 D 座 1103-2 室

天津分公司:

东丽办公室
 电话: 022-24925166
 邮箱: hr@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 4-5 层
 南开办公室
 地址: 南开区红旗路 278 号 (天拖地铁站) 融创中心写字楼 15A 层
 邮箱: zhaopin@boip.com.cn

大连分公司:

电话: 0411-84890900
 邮箱: dlhr@boip.com.cn
 地址: 大连市甘井子区博翔街 47 号大华·华公馆 12 层

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 2-1401

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: 湖北省武汉市武昌区中南路 14 号世纪广场 B 座 1907

> 海外分支机构 Overseas Branches



纽约代表处:

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

慕尼黑代表处:

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

东京代表处:

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



引领工业智能化产业发展 共享智能化+优质平台



中国智能化网特点

- 创办于2003年，用品牌赋能智造
- 精准定位，打通工业智能化全产业链
- 140万条产品信息全面覆盖智能化应用
- 125万家个人/企业会员
- 每年30多场专业展览会和研讨会
- 线上展示与线下互动、展览相结合
- 拥有完全自主知识产权的商标运营



0755-83089925

深圳市龙岗区坂田街道长发西路 34 号 B2 栋 416



zgznh-weixin
中国智能化网微信



www.zgznh.com
中国智能化网主页



每天省下的算账时间，
加起来一年多营业15天。

随手记收钱账本 | 轻松收款 | 自动入账

- ① 1秒收钱，自动入账，交易实时播报
- ② 费率低至0.38%，提现便捷，安全稳定
- ③ 主流支付全支持，信用卡、花呗收款样样行
- ④ 收入报表清晰明了，收摊对账早睡半小时
- ⑤ 极速审批，24小时内即可开张
- ⑥ 台牌免费赠送中，先到先得



扫码下载随手记收钱账本

随手记，源自金蝶，专业记账国民品牌。

3亿用户信赖，钱款安全有保障，由持证支付机构全程监督管理