



HANGSOMEINTELLECTUALPROPERTYCO.LTD.

专利，商标，工业设计注册和版权保护
国际知识产权注册及执行
技术转移及商业化
知识产权战略与管理

第三百二十四期周报

2018.05.14-2018.05.20

网址: <http://www.hangsome.com>

上海市徐汇区凯旋路3131号明申中心大厦1011室

邮编: 200030

电话: +86-(0)21-54832226/33562768

传真: +86-(0)21-33562779

邮箱: hangsome@hangsome.com

总目录

● 每周资讯

- 1.1 【商标】2017 商标侵权十大典型案例
- 1.2 【专利】英诺李竹：一流企业卖专利 超一流企业卖标准
- 1.3 【专利】炎炎夏日空调销售旺季来了，奥克斯却疲于专利战？
- 1.4 【专利】一家灯企专利维权七连胜，灯饰维权之路还有多远？
- 1.5 【专利】北京知识产权司法保护研究会成立
- 1.6 【专利】恶意因素在商标近似判断中的考量
- 1.7 【专利】高价值是专利的应有之义
- 1.8 【专利】浅析商业秘密保护与专利保护的关联性
- 1.9 【专利】中国海关保护知识产权典型案例公布
- 1.10 【专利】扫码支付设备竞争升级现厂商专利纠纷

● 热点专题

- 【知识产权】知识产权促进企业实现价值转型

每周资讯

1.1 【商标】2017 商标侵权十大典型案例（发布时间:2018-05-15）

为加强打击商标侵权假冒行为，在全社会营造尊重知识产权的良好氛围，在世界知识产权日到来之际，2018 年国家知识产权局开放日活动之时，国家知识产权局商标局发布了 2017 年商标侵权十大典型案例。

十大案例中，既有跨区域联合执法，又有跨部门联合执法，充分展示了全国各地区各部门在打击商标侵权假冒工作中取得的成效。本报现将十大案例案情和典型意义梳理刊出，以饗读者。

01 江苏省淮安市清江浦区市场监管局查处侵犯五粮液等注册商标专用权案

【案情介绍】

2017 年 3 月，江苏省淮安市清江浦区市场监管局接到淮安市公安局淮阴分局移送案件通知书，反映查扣了当事人周某某销售的使用今世缘、海之蓝、五粮液等商标的白酒 678 瓶，经厂家辨认系商标侵权商品，累计违法经营额 8.79 万元。经查，2016 年 8 月，当事人从上门推销的中年男子许某手中购进侵权白酒并通过门店销售。据调查，当事人于 2017 年 3 月 20 日因销售侵权假冒白酒受到市场监管部门的行政处罚，办案机关对当事人知假买假、重复实施违法行为给予从重处罚，依法责令当事人立即停止侵权行为，没收侵权商品，罚款 35.17 万元。案件经复议机关审查及人民法院行政裁定，均认定应对当事人予以重处。目前，涉案产品的生产源头许某已被追究刑事责任。

【典型意义】

此案涉及多个地区，市场监管部门与公安机关协同作战，并开展跨区域联合执法，从销售环节入手查清侵权商品的生产、加工、制作、灌装、包装、运输、销售环节的整个证据链。办案机关对当事人一年内两次售假的行为从重处罚，体现了过罚相当的原则。通过此案的查处，假冒产品生产源头的违法者最终受到刑事处罚，体现出行政司法衔接的高效。

02 上海市闵行区市场监管局查处侵犯伯尔梅特 BERMAD 注册商标专用权案

【案情介绍】

当事人上海伯尔梅特公司于 2014 年至 2016 年从正常销售渠道采购价格相对较低带有 BERMAD 商标的红色消防阀与蓝色减压阀，通过刷漆改色的方式将阀体改造为绿色的数控电液阀，并把产品中的垫片取出，换成自行采购的垫片。当事人对外销售自行改装的仿冒绿色数控电液阀 64 台，含税销售额 146.4275 万元，至案发时仓库内剩余尚未销售的电液阀 17 台，违法经营额合计 187.0838 万元。

当事人未经伯尔梅特 BERMAD 商标注册人以色列伯尔梅特股份公司许可，擅自改装冒充高价商品销售的行为，构成商标侵权，闵行区市场监管局依法责令当事人立即停止侵权行为，没收侵权阀门产品 17 台，罚款 561 万元。

【典型意义】

此案是近年来上海市工商和市场监管部门在知识产权领域查处的罚款金额最多的一起商标违法案件。该案当事人不仅涂改阀门颜色，还将阀门中的关键部件替换，属于对原商品的实质性改动并销售，应认定为商标侵权行为。此案中工商和市场监管部门平等保护外资企业知识产权，有力维护了我国保护知识产权的良好国际形象。

03 福建省厦门市市场监管局查处侵犯纪梵希等注册商标专用权案

【案情介绍】

2016 年 10 月 21 日，福建省厦门市市场监管局追查海关部门提供的线索，发现当事人美贷贸易（深圳）有限公司库存大量无中文标识的纪梵希、海蓝之谜、科颜氏等多个国际知名品牌化妆品，经相关品牌权利人辨认，大多为假冒注册商标商品，案值高达 300 余万元。办案机关将案件移送厦门市公安局处理。

2016 年 11 月，南京市公安机关接海蓝之谜商标权利人报案，将该公司实际负责人谢某等 3 人抓获。由于两案关联，厦门市公安局将此案移送南京公安机关处理。经查，谢某从泉州、广州等多地购进材料，雇人生产假冒国际知名品牌化妆品，并通过网店售往全国各地。2017 年 9 月 28 日，南京市玄武区人民法院判处谢某等人一年三个月至四年不等有期徒刑。

【典型意义】

此案侵权产品销往北京、天津、上海等多省市，调查取证涉及海关、出入境检验检疫等多部门，违法行为涉及食药监领域、工商监管领域。在综合执法的大环境下，执法人员全面出击，行动迅速。案件移送南京公安机关后，执法人员针对异地两法衔接工作中案件的通报、移送证据标准和程序等环节积极探索，为查办此类案件积累了经验。

04 湖南省衡山县多部门协作查处侵犯佑惑等注册商标专用权案

【案情介绍】

2017 年 3 月 20 日，衡山县食品药品监督管理局执法人员追查公安机关提供的线索发现，居民曹某家中存有大量加工包装完成的“四季优美·随便果”及包装盒、添加剂和加工机器，成品上标注的商标为“佑惑”。

经查，2016 年 12 月，违法当事人费某某、彭某等人先在广州某地非法生产、销售假冒佑惑商标的减肥保健食品，后迫于打击侵犯知识产权行为的高压形势，与当事人汤某某商议将加工窝点转移至衡山，租用曹某住房非法加工食品，此后又将加工点转移至永州、娄底等地，并通过微商平台销往福建、湖南、四川等地。2016 年 12 月 17 日以来，当事人非法生产、销售侵权减肥保健食品总金额达 150 万元。此案已由衡山县人民检察院向法院提起公诉。

【典型意义】

此案共涉及犯罪嫌疑人 21 名，生产销售涉及 6 个省域。办案过程中市场监管部门和公安机关紧密协作，各地执法人员捣毁销售工作站 3 个，清理储存货物仓库 4 个，查扣假冒伪劣食品原材料、半成品及成品 10 余吨。此案当事人选择农村偏僻民居生产，销售则通过微商平台，违法行为具有隐蔽性，却依然难逃法网。

05 山东省青岛市李沧工商分局查处侵犯斯凯奇等注册商标专用权案

【案情介绍】

2016 年 2 月 4 日，山东省青岛市李沧工商分局根据举报，对位于李沧区向阳路商场购物中心的 SKEWRONS 专柜进行检查，发现当事人华莎利（北京）商贸有限公司销售印有带边框的 S 形标志的运动鞋，商品标价签上印有“斯凯奇鞋”或“斯凯奇速跑鞋”字样。经查，斯凯奇商标权利人斯凯杰美国公司从未授权当事人使用上述注册商标。李沧工商分局依法责令当事人改正违法行为，没收 275 双侵权鞋，罚款 59.341 万元。

当事人在规定的期限内未申请行政复议或提起行政诉讼，但拒不执行该行政处罚决定。李沧工商分局于 2017 年 9 月 8 日依法向青岛市李沧区人民法院申请对当事人强制执行，2017 年 9 月 29 日经李沧区人民法院裁定，准予强制执行。

【典型意义】

这是一起保护涉外商标权利人合法权益的典型案件。当事人存在错误认识，认为其销售商品上使用的图形是某运动用品发展有限公司的注册商标且其已取得授权，但实际上并未获得核准注册且与他人注册商标近似，因此构成侵权。这种错误认识在一些经营者中普遍存在，此案的查处具有一定的教育意义。

06 北京市工商局丰台分局查处侵犯味多美注册商标专用权案

【案情介绍】

当事人北京美多味科贸有限公司自 2016 年 7 月 5 日至 2017 年 4 月 12 日，在其经营场所从事加工制售面包、饼干、蛋糕及销售预包装食品的经营。当事人在经营活动中将北京味多美食品有限责任公司注册商标近似的“美多味”和“médowe”字样使用在门头牌匾以及向消费者提供的塑料袋上。店外牌匾上使用的“美多味”字样与味多美商标相比，组成的 3 个汉字相同，排列顺序相反，且与北京味多美食品有限责任公司各门店牌匾上的“味多美”颜色均为白色，背景色均为红色系，整体近似。

2017 年 8 月 14 日，北京市工商局丰台分局认定其构成商标侵权，并依法责令当事人立即停止侵权行为，没收带有“美多味”及“médowe”字样的塑料袋，罚款 221.15 万元。

【典型意义】

此案入选 2017 年北京市工商部门打击侵权假冒十大典型案例，展示出首都工商部门在打击商标侵权假冒行为、维护消费者合法权益与公平竞争的市场秩序方面作出的努力。当事人从事的食品加工行业关系人民群众身体健康，此案的查处体现出工商和市场监管部门保民生、重民生及保障食品安全的高度责任感和使命感。

07 北京市工商局海淀分局查处侵犯海贼王及图注册商标专用权案

【案情介绍】

2013 年 6 月至 2014 年 7 月底，当事人北京乐汇天下科技有限公司在多家手机软件运营平台上使用“口袋海贼王”和“街机海贼王”，作为游戏软件名称并提供下载安装使用。两款游戏界面及宣传页面中均使用了“口袋海贼王”和“街机海贼王”图标。消费者通过下载软件客户端可在手机上在线使用上述两款游戏，并可通过购买虚拟货币充值消费。乐汇天下公司共计收取游戏分成款 2937 万元。

北京随手互动信息技术有限公司于 2010 年 8 月 7 日和 2010 年 3 月 21 日获准注册“海贼王”图文组合商标。北京市工商局海淀分局认定当事人乐汇天下公司构成商标侵权。2017 年 6 月 16 日，海淀工商分局依法责令当事人立即停止侵权行为，罚款 2937 万元。

【典型意义】

此案是北京市首例查处互联网商标侵权违法行为的大案要案，办案人员克服取证定性困难，突破传统商标案件监管领域与常态工作执法经验的局限，率先尝试对互联网领域的商标侵权行为予以规范，为首都知识产权保护工作树立了新标杆。海淀工商分局多年来在商标保护工作中严格执法，于 2017 年获“中国商标金奖之保护奖”。

08 山东省泰安市泰山区工商局查处侵犯泰山及图注册商标专用权案

【案情介绍】

当事人张某从济南好运泉酒业有限公司购进散酒后，租赁店铺销售。其在门面上方使用“泰山散酒茶叶”的招牌，酒坛、酒瓶上使用“喜缘泰山酒庄”，且“泰山”字样较为突出，同时在经营场所的广告牌、货柜、手提袋等物品上突出使用泰山标识。泰山及图是山东泰山酒业集团股份有限公司核准注册在酒商品上的注册商标，专用权有效期至 2023 年 2 月 28 日。泰安市泰山区工商局认定当事人的行为构成商标侵权，依法没收其散酒，销毁侵权商标标识 37 枚，罚款 19.51788 万元。

听证阶段，当事人未提出任何异议，但在缴纳罚款案件执行完毕后，向泰山区法制局提出复议。泰山区法制局经过反复审查，最终维持泰山区工商局对该案的处罚决定。

【典型意义】

此案当事人注册有喜缘泰山商标，但在实际使用中改变注册商标图样，突出使用“泰山”二字，构成侵权。在实践中，一些经营者认为使用自己的注册商标就不会侵权，因此随意改

变商标的文字、图形，故意与他人注册商标构成近似，令消费者混淆。此案经过复议获得维持，体现出工商部门执法人员将案件办得扎实、到位。

09 江苏省苏州工业园区市场监管局查处侵犯迪奥等注册商标专用权案

【案情介绍】

2016年6月21日，江苏省苏州工业园区市场监管局对辖区内某科技园仓库进行检查时，查获科颜氏、迪奥、贝玲妃和馥蕾诗等四个品牌72个品种的商品5.9904万件。经抽样送检和商标权利人的辨认，其中23个品类的1.3775万件商品被认定为侵权商品，案值达163万元。经查，当事人自2015年12月起租用涉案场所从事品牌化妆品的经营活动，并在淘宝网上进货和销售。

鉴于涉案侵权商品货值金额巨大，当事人已涉嫌犯罪，苏州工业园区市场监管局将此案依法移送苏州工业园区公安分局。后经调查，该案当事人销售假冒注册商标的商品案值达500余万元，与案件有关的16名主要犯罪嫌疑人中已有10名被批捕并被提起公诉，剩余6名被取保候审。

【典型意义】

这是一起通过网上电商平台销售侵权假冒商品被查处的典型案例。在查办过程中，公安机关根据案件信息又顺藤摸瓜找到了为当事人提供侵权假冒商品的上游供应商，并乘胜追击，一举端掉制假窝点，进一步扩大了战果。案件办理过程中，各部门互通信息，高效协作，为案件成功查办提供了有效保障。

10 浙江省义乌市市场监管局查处侵犯 LOCK&LOCK 注册商标专用权案

【案情介绍】

2017年6月22日，根据阿里巴巴提供的线索，浙江省义乌市市场监管局执法人员联合义乌市公安局经侦大队前往某地下室检查，发现当事人韩某某通过淘宝网销售标注“LOCK&LOCK”字样的帆布箱，涉嫌侵权，并在现场查获标注“LOCK&LOCK”字样的帆布箱4620个。经查，当事人在未经商标权利人许可的情况下，擅自在江西上饶生产标注“LOCK&LOCK”字样的帆布箱并在淘宝网开设店铺销售。

至被查获时，当事人生产销售标注“LOCK&LOCK”字样的帆布箱销售额达45万元，现场查获的帆布箱经义乌市涉案物品认证中心评估价值为11万元。因当事人生产销售商标侵权的帆布箱经营额达56万元，已涉嫌犯罪，义乌市市场监管局将该案移送司法机关处理。

【典型意义】

这是一起加强和完善政企协作、行刑协作，利用第三方网络平台大数据技术支持查处的网络商标侵权案件。得益于2016年起浙江省工商局、义乌市市场监管局与阿里巴巴建立的合作、联络协作机制，在本案查办过程中，执法人员利用阿里巴巴的大数据技术，迅速准确定位了当事人的经营场所，并查明当事人生产销售商标侵权商品的销售额。

1.2 【专利】英诺李竹：一流企业卖专利 超一流企业卖标准

（发布时间：2018-5-15）

5月11日，由国家发改委、中国科协、厦门市政府领导共同启动了“创响中国”厦门站活动，厦门市“一带一路”创业加速器也在启动仪式上正式揭牌成立。

英诺天使基金创始合伙人李竹在会上发表了主题为“一带一路 IP 为王”的演讲，李竹表示，中国企业通过“一带一路”到底要输出什么值得思考，要输出的不仅是产品和服务还有中国的生产能力，更高纬度的输出其实是科技和文化。他强调，科技和文化领域最大的价值是 IP、知识产权，“一带一路”首要应重视 IP，IP 是可以占领人们心智的东西。

IP 是企业发展“护城河”

李竹认为，文创企业有 IP 就有一切，IP 可能是某个形象、某个故事甚至是一个名称。而对于科技企业来说，IP 是可以让企业持续发力、构筑护城河的重要内核，比如专利、商标。以最近要上市的小米为例，小米是做“一带一路”的典型企业，小米在“一带一路”沿线 8、9 个国家中的手机销量排在第三位。即便成绩斐然，小米也曾掉进过 IP 的“坑”。

前两年小米刚到印度销售，就遭遇爱立信提出的专利诉讼，直到现在小米手机研发的芯片仍然被禁售，只有用高通芯片的手机可以在印度销售，小米付出了沉重代价。另

以台湾 HTC 手机在美销售产品为例，HTC 触发过 200 多个专利诉讼，每个专利诉讼索赔或和解的费用都在 200 万美金以上。

企业“出海”在专利方面所交的学费很高昂，上述小米、HTC 的案例已经充分说明 IP、专利的重要性。

还有一则经典案例是，谷歌收购摩托罗拉曾耗资 125 多亿美金，重金买下摩托罗拉的原因正是在于谷歌看中它拥有 10000 多个专利。后来谷歌将摩托罗拉机顶盒业务以 23.5 亿美元的价格出售给美国有线设备制造商 Arris，又将摩托罗拉的手机制造业务以及部分专利以 29 亿美元价格出售给联想，相关专利有 2000 多个。

李竹指出，“如果小米要到美国销售，到全世界销售，要花多少钱？小米是后来者，在专利上积累没那么多，所以需要大量资金。”小米如果要建立全球销售体系，在专利的持续运营上所要花的资金，长期来看可能就要百亿，“所以我们在卖产品时千万不要小看 IP，能做大的科技公司都是 IP 公司，能够做大的文创类公司也都是 IP 公司。”

IP 对盈利发挥重要作用的案例有很多，像 IBM60%的收入来自于专利和知识产权，而富士康之所以受青睐，拥有众多合作者，能够生产各种消费电子，正是因为手机和手机配件的连接这一细分领域中，像耳机、蓝牙等方面，富士康竟有 8000 多个专利。如果不选择与富士康合作，那么支付的专利费比找其他合作伙伴要高得多。就连已经衰微的诺基亚这一品牌，每年还有几亿美金的利润是来自于知识产权。每年高通从中

国的手机和运营商中收取的专利费就达几十亿美金，比所有手机厂商赚的还多。”所以中国一直是处于被收割的阶段。”李竹说。

细分领域的头部企业必须有 IP

李竹在会上强调，中国企业“走出去”不能再重复上述企业遇到的 IP 弯路，以新能源汽车为例，如何衡量此类企业的价值，据此做专利分析时发现，除了 BAT 还有北汽、新能源特斯拉等，这是一些估值从几百亿到几十亿不等的公司。有意思的是，“从这些公司的专利水平来看，它们的估值和专利拥有量是正相关的”。

再以无人机为例，大疆刚完成一个高估值的融资，企业求融资也需要参与竞争，这是过去没有过的现象。大疆在无人机方面批准的专利有 3000 多个。

对于科技公司而言，专利和知识产权至关重要。李竹强调，“当你想在全球卖东西的时候，没有 IP 是不行的。中国以前没有出现过三星这样一年几百亿美金（销售额）的公司，就是因为在 IP 方面做得不够。”

综上所述，李竹总结道：**“一流企业卖专利，超一流的企业是卖标准。”**一旦进入国际标准，全世界的消费电子用了你这个标准就要给你钱。“目前，美国三大国际标准中有 4068 个专利，中国只有 163 个，所以特朗普前段时间在社交媒体上说“中国在知识产权方面欠美国 3000 亿美元”。

“现在（中美）贸易摩擦背后就是因为 IP，就是知识产权的竞争。”美国到发达国家、中国输出了什么？网络设备还有好莱坞大片等都是 IP，中国虽然加入了 WTO，但在知识产权方面的积累和重视程度不够，现在要做‘一带一路’必须要在这一方面布局。”

李竹认为，**创业企业要成为细分领域的头部企业必须要有 IP，也必须能够给社会和用户****提供他们所需要的价值。**

曾有人问李竹“作为天使投资人为什么重视 IP”，李竹回复这是因为投资公司中已经碰到了很多经验、教训，像做游戏的柠檬微趣，在海外收益很高，同样遇到过知识产权的困扰，从游戏的名称到后来“走出去”，全面进行 IP 布局，完成了长足的发展，目前正在准备 IPO。

此外，还有臻迪科技做水下机器人，还有梦想加做梦想空间有 10 亿的估值，梦想空间的门锁、会议室等这些物联网的东西都是他们自己做，他们通过这种连接建立了创业者的社区。

巨头抢占“一带一路”沿线国家专利先机

目前，中国与“一带一路”国家知识产权交流与合作持续增加，年专利申请量双向突破 3000 件，仅以 2017 年上半年为例，中国向“一带一路”沿线 17 个国家专利申请公开量为 2174 件，同比增加 17.8%，“一带一路”沿线国家在华申请专利 2038 件，同比增长 23.2%。

李竹指出，**“一带一路”是一条取经之路，会有很多的困难和险阻，现在不管是国际还是国内的巨头，都在“一带一路”沿线国家开始布局专利。**到底谁能最终胜出，取决于谁在这些国家抢先布局专利。此外，南亚、东南亚知识产权制度的国家有诉前禁令，所以对于各个国家知识产权方面的知识都要有所了解，不了解就会吃亏，导致卖多少、赔多少。

与此同时，李竹强调，要重视“请进来”的工作，此前发布的“一带一路”加速器针对的是沿线国家创业者，他们可到厦门进入这一加速器，给予其启动资金，完成注册公司。**科技类公司一定要做好专利的申请，然后回到自己的祖国甚至到其他国家开展自己的业务。**“我们既能帮助他们开拓中国市场，也可以用合理的方式开拓‘一带一路’沿线国家的市场”。每一年大概有几十家这样的公司进入厦门“一带一路”加速器，值得注意的是，吸引并引导这些公司也是以 IP 为核心。

究竟如何利用“一带一路”新机遇拓展市场？如何帮助创业者推出产品？李竹再次强调，对于企业来说，首先在开展业务之前必须做 IP 的布局，包括知识产权、专利、商标。此外，有可能做了这些布局后，将来可以用自己的专利进行以小博大。专利，就是如此重要，做海外的机构必须研究标的企业在专利、知识产权方面的情况如何。

对于政府来说，也需要建立一个专利池，对海外重点的方向做研究，这些国家在某些方向上的专利是怎样的，出去开拓业务时会碰到什么问题，要做到抱团取暖、建立专利池。“这也是我们成立专利运营中心要解决的问题，大家把专利放在一起，当遇到

问题时，我们有人帮你去进行谈判。这是需要大家一起去努力的事情。”李竹说，“未来一段时间中，‘一带一路’会造就很多公司走向海外，我们希望企业重视 IP，以 IP 为助力开拓大航海时代。”

本次厦门站活动是 2018 年“创响中国”重点活动第二站。与会“一带一路”沿线国家的企业家、投资人以及政府人士，通过主题演讲以及圆桌论坛形式，共同探讨了未来科技、发展共赢、跨国合作等重要议题。

本次活动期间 5 月 11 日—12 日举行的创投“一对一”与“一带一路”创业加速器创新创业大赛两大平行板块中，来自海内外的优秀创业团队与专业的投资机构、知名投资人近距离交流，胜出者将获得资格进入厦门市“一带一路”创业加速器孵化加速，其中的海外项目孵化毕业回国后，将在设于海外的离岸创业加速器继续成长壮大，从而为各国青年打造“双向离岸”的创新创业孵化平台，助力创新模式和创新资本“走出去”。

【李茂林 摘录】

1.3 【专利】炎炎夏日空调销售旺季来了，奥克斯却疲于专利战？（发布时间：2018-5-17）

炎炎夏日如约而至，人们对空调的使用率随着气温的升高而提高，这也代表着空调销售的黄金季的到来。另外一个方面，市场销售持续增长之际，空调巨头的专利之争也在不断升级。

4 月 24 日，广州知识产权法院集中一审宣判了珠海格力电器股份有限公司(以下称格力电器)诉宁波奥克斯空调有限公司(以下称奥克斯)侵害实用新型专利权系列纠纷六个案。其中三个案件奥克斯构成对格力的专利侵权，奥克斯一审被广州知识产权法院开出一共 4600 万天价罚单，这是迄今家电行业专利侵权赔偿额的新纪录。

对于空调巨头不断的专利之争，有分析者认为，这是企业营销方式的一种。但是，也有观点认为，正从营销驱动型转变为技术驱动型的中国空调行业而言，能否抢占技术制高点成为生死赛点，因此专利之争不可避免，因此，专业之争，只是空调巨头们竞争方式的一种。

奥克斯一审被判罚 4600 万元天价罚

2016 年 12 月 5 日奥克斯被格力诉至广州知识产权法院，认为奥克斯未经许可在其制造、销售的同一型号的空调产品上使用原告 5 项不同的实用新型专利，构成专利侵权；同时起诉认为被告广州市国美电器有限公司未经许可销售上述空调产品，也构成专利侵权。

2017 年 1 月 25 日，格力电器又向广州知识产权法院提起诉讼，认为奥克斯未经许可在其制造、销售、许诺销售的 8 个型号空调产品上使用其一项实用新型专利，构成专利侵权；同时起诉被告广州晶东贸易有限公司未经许可通过京东商城销售、许诺销售这 8 个型号产品，也构成专利侵权。在这六案中，因奥克斯涉嫌专利侵权，格力电器请求法院判令各被告立即停止侵权，奥克斯公司赔偿经济损失及合理费用，六案诉讼标的合计 5500 万元。

广州知识产权法院立案后，经过两次公开开庭审理，在 4 月 24 日对上述六案进行集中宣判。前五个案件中，有三个案件法院驳回了格力的全部诉讼请求，因为奥克斯是在涉案专利授权日前制造被诉侵权产品，两被告在涉案专利授权日后销售涉案产品，不侵害涉案专利权。反观另两个案件，法院分别判令两被告停止销售侵权行为，且奥克斯构成举证妨碍责任，奥克斯被判赔偿格力诉讼请求的 600 万元。

在令人瞩目的后一案件中，该案经过 2017 年 10 月 10 日及 11 月 16 日在广州知识产权法院两次公开开庭审理后，法庭查明奥克斯对格力 2008 年 4 月 25 日向国家知识产权局申请“一种空调机的室内机”实用新型专利权造成侵权行为。法院判令被告停止制造、销售、许诺销售的侵权行为，并判令奥克斯赔偿 4000 万元。对此 4600 万创家电专利纠纷案纪录的判罚，奥克斯当庭表示不服并且上诉。

奥克斯对此类型官司应该是见怪不怪了，因为就近几年而言，在空调专利纠纷案之中，奥克斯可谓是身经百战。

近年来专利官司不断的奥克斯

近年来，随着空调市场规模的进一步发展以及中国空调行业的转型升级，在媒体的各种报道中我们知道，奥克斯是个不断“惹事的主”。据有关媒体统计，从 2016 年到 2018 年的两年间，格力起诉奥克斯空调“侵害实用新型专利权”，胜诉达

12 次之多，美的起诉奥克斯空调“侵害发明专利权”、“侵害实用新型专利权”，胜诉达 14 次之多。

“在奥克斯和格力、美的专利侵权诉讼有关联的法律裁判文书中，近 3 年间，除了偶尔几次两家主动撤诉外，奥克斯空调几乎全部败诉，一次胜诉记录也没有。”

除此之外，还存在大量尚未结案的专利诉讼。

2015 年 4 月，美的将奥克斯诉至深圳市中级人民法院，并索赔 300 万元。缘由是认为奥克斯的一款空调产品涉嫌专利侵权。

2017 年 8 月，奥克斯将格力诉至宁波市中级人民法院，索赔 5000 万元。

那么，为何在空调专利之争中奥克斯往往首当其冲呢？下面我们结合奥克斯公司的具体来分析下奥克斯成为专利之争众矢之的原因。

奥克斯的优势与劣势

奥克斯空调有限公司隶属奥克斯集团有限公司，拥有奥克斯姜山国际产业园、奥克斯南昌工业园、天津武清工业园三大产业基地，空调年产突破 1000 万套，销售额超 100 亿，员工 10000 余人。奥克斯空调作为变频空调普及者，致力于带来“奥克斯健康空调”。

随着市场需求的变化跟技术的进步，中国空调行业由营销驱动型向技术驱动型转型。也因此，价格不再是各个空调巨头角逐高下的领域，而是由价格战、规模战转到技术站赛点争夺。也因此，智能化节能化，是各大空调企业大力投入并且“刀光剑影”的新的领域。

近年来奥克斯以“品质是基石、创新是灵魂”为核心，重视用户体验，其围绕用户需求专注产品提出“内外协同”的创新理念。因此企业的创新速度远远领先同行，一系列精品空调，在引领了市场的销售潮流的同时，也带来了良好的销售业绩。

反观之下，空调老大哥格力无疑也是处于艰难的转型期，其 5 年内没有创新性的产品问世，而是依旧消费过去积累起来的庞大用户群。空调市场这块大蛋糕，老大哥占领的份额，在面临着新生代的挑战。

其次是营销模式的现代化。不同于老大哥格力空调传统的厂商股份合作制的单一线下销售模式，奥克斯定位偏向电商销售模式，依托中国庞大并且勃勃发展

的互联网市场，用电商的高速发展刺激线下渠道的升级最终达到线上线下共同发力的目标，更加贴切用户的需求。除此之外，营销上跨界玩法颠覆传统空调业模式。

如在 2017 年京东电商品牌日，奥克斯空调以年轻人关注度非常高的男女朋友吐槽话题为主题，发布了三条配有魔性音乐的微信短视频，一举达到魔性的病毒扩散般的传播效果。此举一举两得，在达到销售传播目的的同时，也让“有趣年轻态”的品牌形象更加深入人心。线上线下融合的整合式营销，成为奥克斯打动消费者的一个宝贵经验。也不难理解 为什么产业在线数据显示，奥克斯空调整体市场份额，已经达到行业前三，电商更是排名第一。

与格力等行业老大哥相比，奥克斯无疑属于新生代，所以虽然在近年来在技术创新等大举投入并且也取得了一定的成绩，但是其在空调核心技术的竞争力上，与格力、美的等积累了雄厚技术基础的老牌空调企业相比，还存在着不容忽视的技术差距，也因此，连续不断的专利纠纷之争，某种程度也是对奥克斯需要增强核心竞争力的一种警告。

因此，在坚持以往好的传统之外，官司过后的奥克斯，更应该“知耻而后勇”，奥克斯应该在技术创新积累与不同于过去的市场影响力基础之上。利用专利纠纷案反方向刺激自己加速对新技术、新产品的研发投入。最后以自主技术创新、产品创新为核心走出一条自主扩张的新道路。努力成为空调行业新的领航者！

【周君 摘录】

1.4 【专利】一家灯企专利维权七连胜，灯饰维权之路还有多远？（发布时间：2018-05-15）

据了解，灯饰行业专利维权先锋--美时·艾菲特，对行业知名品牌圣嘉佰利和琪豪灯饰提起的专利诉讼，近日在广州市知识产权法院开庭。开庭的四个个案件分别涉及艾菲特灯饰拥有的四项外观设计专利，庭审双方围绕产品是否侵权，专利是否有效等内容，进行了长达四个小时的激辩，本案将择日宣判。

不久前，美时·艾菲特微信公众号发布了一则消息称： 公司收到广东省高级人民法院 2017 粤民终 3118 号，3120 号判决书，关于中山市绿豹灯饰有限公司侵犯中山市艾菲特灯饰有限公司外观设计专利一案，判决侵权成立，要求绿豹灯饰赔偿共计 100000 元的经济损失，并立即停止制造销售艾菲特的专利产品。至此，美时·艾菲特与绿豹灯饰这一备受关注的专利官司以绿豹灯饰七连败暂告终。

灯饰行业抄袭成风，严重的阻碍着行业的向前发展。在专利维权鲜有成效的情况下，美时·艾菲特却能屡屡胜诉，给广大原创品牌打了一剂强心针。

侵权频出，灯企维权难

据美时·艾菲特相关负责人苏先生透露，自2016年始，在发现绿豹灯饰侵犯美时·艾菲特“月桂女神”专利产品系列之后，公司立即申请法律程序，以保护经销商及消费者的权益，并迅速获得了胜诉。但此后，绿豹灯饰却变本加厉，先后侵权美时·艾菲特“巴黎皇冠”和“夏威夷之春”专利产品系列，给公司造成了巨大的损失。对此，美时·艾菲特始终坚定地采取法律维权手段，截止目前，七擒绿豹、七次胜诉，成为轰动业界的“灯饰行业专利第一案”。对此，行业有“叫好声”，认为此举大快人心，也不乏旁观者，认为这是无奈之举，收效甚微。

笔者认为，不管是哪一种声音，美时·艾菲特起诉绿豹灯饰都将在灯饰知识产权领域引起蝴蝶效应，鼓舞了许多正纠缠于专利诉讼的企业，也将在一定程度上警醒那些怯于维权的厂家。

众所周知，专利侵权并不骇人听闻，即使牛逼如苹果、华为也屡受专利侵权之苦，更不用说在门槛相对较低的灯饰行业。行业面临的窘境在于，一方面，在利益驱使之下，侵权仿冒频出，业界习以为常、意识麻痹，或听之任之，或私下解决；另一方面，法律条文尚不成熟、取证难、诉讼时间长等，往往耗费被侵权企业大量的人力物力财力，也在一定程度上打击了原创企业的维权决心。更有甚者，与侵权者的斗争亦并非易事，往往一边胜诉了，一边又被侵权了，比如绿豹灯饰，一边陪着官司败诉的小钱，一边用别人的专利产品赚着大钱，甚至在自身的微信公众号发布“专利维权”的消息，误导终端消费者……如何应对维权过程中可能出现的种种情况，是摆在原创企业面前的一道难题。

维权需多方携手、坚决打击

原创是一个品牌的灵魂，无论从外观到功能，消费者最终体验到的都是实实在在的产品。但原创产品得来不易，它的背后承载着一个企业研发团队的智力结晶，耗费了大量的资金投入，尚未享受到原创的成果，就被侵权者不费一兵一卒地拿去，以低价销售，这不能说不让人愤懑。从更高层面来说，若创新的成果时刻受到威胁，行业形成无人愿创新、无人敢创新的局面时，创新者的合法权益不受保障，创新的动力也就无从谈起，而这无疑是行业面临淘汰的危险信号。在当下抄袭、侵权成为中国制造业痼疾之际，维权之路，注定是漫长而艰辛。一般而言，剽窃专利手法较为隐秘，现代灯知名品牌松伟照明负责人就曾向记者透露遭遇卧底员工的经历，而诸如买零件组装、买样品、“挖墙脚”等方式就更普遍了。因此，就企业

自身来说，应加强企业内部技术资料管理，形成严格的技术保密制度，保护好自身商业和技术机密。

美时·艾菲特法务部代表认为，企业在研发过程中，要注意对新技术实施专利保护、申报专利，对暂无条件申请专利的初步方案，要做好技术保密工作；同时，利用制度保障研发人员的利益和技术成果所产生效益相挂钩，调动研发人员的积极性和主人翁意识，降低专利技术泄密风险。目前，美时·艾菲特拥有专利 600 多项，产品均全系列专利覆盖再上市，成为维护知识产权的核心基础。

然而，要真正遏制侵权之风，光靠企业单打独斗是行不通的，需要行业、政府把关，为企业营造良好的经营环境。党的十九大报告提出：“倡导创新文化，强化知识产权创造、保护、运用”，这意味着今后相关法律条文会更加完善，企业的权益将得到更有力的保障。作为中国灯饰之都，古镇也在持续出台机制，为快速反应维权提供服务，相信随着行业和法律条文的成熟，灯饰产业维权之路将会越走越顺畅。

来源：太平洋家居网

【沈建华 摘录】

1.5 【专利】北京知识产权司法保护研究会成立

(发布时间:2017-5-17)

5月16日，北京知识产权司法保护研究会成立大会在北京市高级人民法院召开。图为会议现场。（图片来源：tuku.qianlong.com）。干龙网记者 查甜甜摄

干龙网北京5月17日讯（记者 查甜甜）5月16日下午，北京知识产权司法保护研究会成立大会在北京市高级人民法院召开。

据悉，北京知识产权司法保护研究会是为知识产权保护提供司法保障和服务的非营利性社团法人。目前已吸纳会员 182 名，其中单位会员 4 家，个人会员 178 人。

会议现场通过了《北京知识产权司法保护研究会章程（草案）》等文件，并选举产生研究会第一届理事会、监事会、会长、副会长、秘书长和监事长。

据介绍，研究会将主要围绕研究、宣传国家的知识产权司法保护政策，开展与北京知识产权司法保护和知识产权行政执法相关的学术研究，并根据政府、司法机关以及会员的需要提供咨询及培训，结合热点问题举办知识产权司法保护专题讲座或论坛，开展与国内外的知识产权司法保护交流合作等展开工作。

北京市知识产权司法保护研究会会长王明达表示，北京市知识产权司法保护研究会是为回应北京知识产权保护新需求而发起设立的非营利性社会团体组织，研究会将在完善知识产权诉讼制度、加强知识产权法院体系建设研究、促进知识产权诉讼制度改革和审判体系改革方面，以及在发挥司法对知识产权保护的主导作用，维护知识产权权利人利益，打击侵权行为，提升审判效率，树立司法公信力方面发挥积极作用，为北京全国文化和科技创新中心的建设提供全面、优质的服务。

北京市委常委、副市长阴和俊，最高人民法院民三庭副庭长王闯，北京市高级人民法院党组书记、院长杨万明等领导出席此次会议并讲话。成立大会后，研究会首次研讨会——加强知识产权审判促进创新发展研讨会召开。

【曾辉 摘录】

1.6 【专利】恶意因素在商标近似判断中的考量（发布时间：2018-5-17）

近年来，随着打击商标恶意注册力度的加大，直接抄袭、复制他人商标的现象有所收敛，但更“高层次”的模仿的现象却不断涌现。这种模仿巧妙规避商标审查中的一些规则，将他人的商标进行改造，例如“掐头去尾”、“拆分注册”、“将某些文字换成同音字”、“使用不同文字并适当变化其外观”等等。这样的注册人一般都深谙商标审查的规则，巧妙规避近似判断的一般标准。但其申请注册商标或者出于大量囤积的目的，或者注册完成后在商标实际使用中进行一定的加工设计使得标识或者在外观、或者在呼叫等方面与他人知名商标近似，从而达到攀附的目的。这种注册行为显然违背了商标法的立法宗旨。由于这类型商标在注册过程中明显规避直观的商标近似判断标准，在判断这类型的商标与在先商标共存是否会引起相关公众的混淆时，恶意因素的考量有着重要的现实意义。

（一） 将恶意因素纳入商标近似判断考量是诚信原则的内在要求

诚实信用是现代民法的一项重要原则。它要求人们在市场活动中讲究信用，恪守诺言，诚实不欺，在不损害他人利益和社会利益的前提下追求自己的利益。

《民法总则》第7条规定，“民事主体从事民事活动，应当遵循诚信原则，秉持诚实，恪守承诺”。而《商标法》作为民商事法律的特别法，也将诚信原则作为总则性条款规定在其中。

对于商标以及商标权的本质，普遍认可的观点是商标是使用在商业中的标识，而商标权是以保护商标为目的的民事权利。商标最基本的特性是标识性。商标保护的是商业标识的区别性，以禁止不正当模仿和维护公平竞争为核心和立足点，既为了保护商业标识所承载的商誉，也为了防止公众受误导。因此，商标法是规范市场秩序的法。

梁慧星教授认为，诚实信用原则涉及当事人之间以及当事人与社会之间这两重利益关系。在当事人利益关系中，诚信原则要求尊重他人利益，以对待自己事务之注意对待他人事务，不损人利己；在当事人与社会利益关系中，诚信原则要求当事人不得通过自己的活动损害第三人和社会的利益。商标法通过保护商标维护公平竞争的市场秩序，鼓励诚实经营，实现了商标权人、消费者和社会公共利益的完美统一。

“恶意”则与“善意”即诚实信用相对。商标近似的判断是商标授权确权过程中判断在后商标是否会损害在先权利人权益的必要环节。根据相关的司法解释以及《商标审理与审查标准》的相关规定，两商标的共存是否导致相关公众对商品来源产生混淆误认是认定商标近似的要素。一般情况下，恶意注册的商标都有着攀附他人商誉的意图。因此，在商标的设计以及使用过程中会存有使消费者与某一知名商标产生联想或者混淆的意图，即混淆可能性及混淆的意图。

这种意图可称为“恶意因素”。而这种混淆或者混淆可能性的存在显然损害了在先商标权人以及消费者和社会的公共利益，违背了诚实信用原则。因此，在商标近似判断中纳入恶意因素的考量显然符合诚实信用原则的内在要求。

（二） 将恶意因素纳入商标近似判断考量的现实意义

正如孔祥俊教授指出“商标的生命力在于使用，商标法的基本要求和重要价值取向是确保注册商标的实际使用”。与专利法、著作权法等其他的知识产权法相比，商标法保护的对象有着明显的区别。专利法与著作权法保护的对象为创造性的智力成果，而商标法保护的对象为商标的识别性。商标最主要的功能是识别，而只有商品进入流通领域，商标的识别功能才得以发挥。因此，商标只有通过使用，才能使其识别性不断强化从而具有更高价值。商标法的立法宗旨是鼓励商标的使用。

由于我国商标法实行“在先申请原则”，客观上造成了一些企业利用在先申请原则大量抢注他人商标的情况。随着商标抢注之风愈演愈烈，一些企业大量囤积商标，扰乱了商标的管理秩序和市场秩序，加重了商标管理的负担，给行政资源和司法资源造成巨大的浪费。近几年来，随着商标法的修改，行政机构以及司法机关均加大了打击恶意注册的力度。一些企业在企图搭他人便车进行的商标申请中，也变得更加变通。这些申请人一般深谙商标近似审理的标准，在申请商标注册时，不再机械地复制、翻译，而是巧妙地规避商标近似审查的规则，构造出一些有模仿痕迹但按照近似审查的一般标准难以判定为近似的商标进行大量申请。例如，一般认为首部不同的两商标不构成近似，于是构造出在他人知名商标前加上其他文字的商标，如第 14219868 号“BIGJEEPLEE”；或者将不同的知名商标拆分开组合而成的商标，如第 13842314 号

“LEVJEEPIS”（LEVIS + JEEP）；或者按照他人系列商标的形式构造一个可能会被误认为系列商标的商标，如第 13759118 号“REFRACTETE”（他人有在先注册的多个 REFRA-开头的商标）；或者采用完全不同文字但字形稍有改变与他人先知名商标构成近似的商标，如第 12019468 号“丁巨巨尸”商标（与 Jeep 商标近似）等等。

这些商标之所以可以通过初审，甚至在异议阶段仍然被予以核准注册的原因主要在于其构造方式巧妙规避了商标审理标准中关于近似判断的一般规定。然而，这些商标的申请人在客观上确实存有攀附他人知名商标的意图，有的甚至充分利用自己了解如何规避审理标准的“优势”，大量申请这种类型的商标，同时将这些有着知名商标痕迹的商标放到网上，待价而沽。显然，这样的商标申请行为违背了诚实信用原则，也严重背离商标法作为维护公平的市场竞争秩序、鼓励诚实经营之法的立法宗旨。因此，在商标授权确权程序中，诚实信用原则发挥着重要作用。作为商标授权确权中重要的一环，在商标近似判断中，将恶意因素纳入近似判断的考量中对遏制恶意注册、促进基于使用需求的商标注册有着重要的现实的意义。

（三） 将恶意因素纳入商标近似判断考量的运用

事实上，在我们的司法实践中，已经有多个案例将恶意因素纳入商标近似判断的考量中。在“金临水福”商标异议复审案中，最高人民法院在认定被诉商标和在先注册商标构成近似商标时，充分考虑了抢注人申请注册和使用的恶意。在再审裁定书中，最高人民法院综合考虑“临水”品牌在白酒商品上的知名度（在先商标知名度）、田秀华与临水公司在同一地区生产销售白酒的事实（申请时的恶意），以及田秀华在白酒产品上实际使用被异议商标时突出“临水”

字样的行为（使用中的恶意）、田秀华申请注册被异议商标的主观意图（申请时的恶意）等案件事实，认定被异议商标与引证商标构成近似。

在通用汽车有限责任公司针对第 8209972 号“ACTYOU”商标无效宣告案中，一审法院和二审法院在认定诉争商标“ACTYOU”与引证商标“ACDELCO”构成近似的过程中，同样将该商标注册人的主观恶意纳入近似判断的考量中。尽管诉争商标与引证商标的构成文字存在差别，按照一般的审理标准，诉争商标的文字构成难以判定为与引证商标构成近似。然而，诉争商标在申请时以及实际使用中体现的恶意，使得两商标共存而产生的混淆不可避免。诉争商标设计形式以及在实际使用中呈现的形式为“”，其所呈现的形式与引证商标的表现形式“”非常接近。法院在判决中综合考虑在先商标知名度、第三人申请时以及使用中的主观恶意，判定两商标构成近似。在判决中，法院肯定原告提交的证据能够证明引证商标在“电池”等商品上具有较高的知名度，并充分考虑诉争商标的注册人曾销售过原告“AC 德科”产品（申请时的恶意），宣传中亦标注有“美国通用控股集团有限公司”字样（使用中的恶意），认定第三人知晓原告引证商标的知名度，攀附引证商标的意图明显。综合考虑上述因素，法院认为诉争商标申请注册在与引证商标使用的商品构成相同或类似的商品上，易使相关公众认为来源于同一主体或其提供者存在特定联系，从而使相关公众产生混淆误认，构成使用在类似商品上的近似商标。”

在上述案件中，法院在判定诉争商标与引证商标的共存是否会引起相关消费者混淆误认时，均充分考虑了恶意因素。“恶意”的判断依据通常为明知或应知。由于“恶意”为诉争商标申请人的主观状态，只能通过推定知晓。2017 年 3 月开始实施的《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》（下称《商标授权确权规定》）第二十五条规定：“人民法院判断诉争商标申请人是否‘恶意注册’他人驰名商标，应综合考虑引证商标的知名度、诉争商标申请人申请诉争商标的理由以及使用诉争商标的具体情形来判断其主观意图。引证商标知名度高、诉争商标申请人没有正当理由的，人民法院可以推定其注册构成商标法第四十五条第一款所指的‘恶意注册’”。

在实践中，“恶意”的推定通常考虑引证商标的知名度、显著性、争议双方所处的地域范围、经营领域、双方是否有业务往来、是否存在其他的商标纠纷、诉争商标的实际使用形式、诉争商标申请人是否大量囤积商标、是否无使用意图而高价转让诉争商标等等。由于“恶意”只能通过推定，无法证明绝对真实，一般达到优势证据的证明标准即可。而且，根据《商标授权确权规定》第二十五条，异议人或者无效宣告请求人提供证明“恶意”的初步证据，诉争商标的申请人无法提出正当理由的，应当承担举证不能的不利后果。

最高人民法院《关于充分发挥知识产权审判职能作用推定社会主义文化大发展大繁荣和促进经济自主协调发展若干问题的意见》指出：“要根据商标的知名度、显著程度等，恰当运用商标近似、商品类似...等裁量性法律标准，妥善把握商标注册申请人或注册人是否有真实使用意图，以及结合商标使用过程中的‘傍名牌’行为认定主观恶意等，用足用好商标法有关规定，加大遏制恶意抢注、‘傍名牌’等不当行为的力度，充分体现商标权保护的法律导向。”

商标是经营者在商业（trade）活动中使用的标志(mark)，其最基本的功能为标识产品来源，承载着经营者的商誉。商标如果不使用在商业活动中，作为一个纯粹的符号即丧失了存在的意义。因此，商标权利人有义务在商业活动中使用商标，而其享有的权利也应限于商业活动领域。我国实行的是注册取得商标

权制度，由于在申请时对商标的使用情况没有要求，这一制度被不当利用，出现了大量多种形式的恶意抢注情形。这与商标法鼓励诚实经营、正当竞争的立法目的和政策目标严重背离。因此，面对形式多样的恶意注册情形，在商标确权授权程序中引入诚实信用原则有着重要的现实意义。而商标近似的判断作为授权确权程序中的重要环节，将恶意因素作为近似判断的考量要素，充分考虑诉争商标申请人在申请时以及使用中的恶意，则是诚实信用原则的实际运用，对于遏制商标的恶意注册有着重要作用。

【任家会 摘录】

1.7 【专利】高价值是专利的应有之义（发布时间:2018-5-17）

专利权本质上是一种排他权。专利权人向社会公开发明内容换取在一定区域一段时间的技术方案排他权。二十世纪以来，专利权作为无形资产的重要概念已经深入人心。无论是按照洛克的劳动价值理论抑或是边沁的功利主义价值理论，专利权都被认为是重要的私权。专利是一种能够满足人类的某种需求，可以进行交易的商品，专利从价值属性上与其他商品没有本质区别。

专利价值的基础是专利对于某种技术方案的排他权，专利的价值评估和培育也必须围绕这个核心。就如同纸币的主要价值是代表一种货币符号，拿 100 元纸币就能购买等值的商品。但纸币作为纸张本身当然也有价值，或者也可以用来当成装饰品挂在墙上炫富、甚至有些错版的纸币具有收藏价值像古董一样昂贵，但这些价值都不应该是纸币正常发挥的价值，纸币的主要作用就是作为货币的符号，否则就会造成经济混乱。

专利也一样，专利的价值体现在对某种技术方案的排他权，而专利可以获得奖励补贴、显示技术实力等其他作用都不是专利正常体现的价值。任何脱离技术方案排他权的专利价值取向都是舍本逐末的行为，最终不利于专利发挥促进创新的作用。

专利权作为一种技术排他权，高价值是其内涵。

在 15 世纪，现代专利制度形成时，国家授予权利人对某项技术一定时间的排他权也是因为相关技术方案的高价值。专利一开始基本上都是由国王和总统授予的，例如 1449 年英国国王授予的玻璃制作工艺专利，1790 美国总统华盛顿颁发的钾肥专利。美国建国初的专利都是由国务卿亲自审查的。在这个时期，一项技术方案要获得授权专利，

既要在技术上是前所未有的，也必须具有极大的市场价值，对社会产生福利，高价值是专利获得授权的基础。所以说的，专利的高价值是与生俱来的。

随着技术的发展，专利申请的数量猛增，各国都成立了专利局专门审查专利，特别是工业革命的蓬勃发展，新技术层出不穷，形成专门进行技术研究的团体。在此之前的专利技术主要脱胎于实际生产活动中，例如玻璃制作工艺和钾肥制作方法的发明人都是从事一线的工匠和农民。技术方案都是在生产实践中提出的，这时候申请专利也要提交相关的发明模型。随着专业化的研发群体的诞生，技术方案呈指数级增长，而且这些技术大多数都未在实践中采用过，各国专利局已经无法对这些未应用的理论技术方案进行价值判断了。专利的审查也逐渐简化到而只审查专利技术的新颖性、创造性等方面。

但是这样会造成专利数量的非理性增长，人们会将价值很低的技术方案也通过专利保护，这样不利于社会的技术进步。聪明的立法者为避免这种情况，巧妙地设置了专利申请费和维持费制度。

各国都通过专利申请费和专利年费制度来限制无实际意义的低价值专利。这样关于专利价值的判断就转移到专利权人这边了，只要专利权人是理性的，就不会申请无实际价值的专利，或者专利的价值降低时会自动放弃。专利局主要负责审查专利技术的新颖性、创造性等内容。

在这种申请费和年费的制度设置下，申请的专利价值必须要高于专利申请和维持的成本，否则申请人会因为入不敷出自动放弃。而国家再也不像以前一样在授予专利权时绞尽脑汁去判断专利的价值了。这是一种非常英明的制度设置，专利的申请与维持成本是专利的自动筛选器，价值高于该成本的专利存活，价值低于该成本的专利自动被企业淘汰进入公共领域。

无论是过去对专利价值直接进行审查，把专利价值作为专利授权的必要条件的制度，还是如今通过专利申请费和维持费自动过滤低价值专利的制度，发挥的作用都是只对高价值的技术授予专利权，让专利权流淌着高价值的血液。

然而，专利的价值以技术方案的排他权为基础，专利必须依附于一定的技术，而不同领域的技术方案价值差距大，所以专利的价值也是相对的。

大头针改良方案的专利与抗癌药领域核心专利的价值天壤之别，但专利具有依附于相应技术方案的特点，相应领域的专利申请人只会在乎本领域的专利。研发大头针的工程师不会因为抗癌药领域的专利价值大而放弃现成的大头针技术方案，即使大头针领域最高价值的专利只能获得一百万元的收益，而抗癌药领域的专利价值有的高达上百亿美元，但这件大头针专利依然可以称为高价值专利。

企业完全可以根据自身的情况设定高价值专利的范围，甚至可以规定获益只要高于申请和维持成本的专利都可以称为高价值专利。企业高价值专利的培育也主要落脚于怎样以最少的专利获得最大的保护范围。实际上，这也是很多跨国企业尽管内部有专利价值管理方法，但极少提出高价值的概念，这是个相对的和主观的概念。

专利的价值也是动态变化的。专利的价值总是随着相应的技术在市场上的表现而变化。一旦有新的更有效率技术方案产生，过去价值连城的专利也可能因此变得一文不值，企业需要有自己的专利价值评估机制，适时淘汰价值低于维护成本的低价值专利。当然，专利价值的发挥与应用主体的关系也非常密切，能否利用专利排除竞争对手，不同的专利权人的能力也是不同的，发挥的效果也不同，就如同样的武器，到不同的人手里威力也会不同，这涉及到企业的专利管理和应用能力。

总之，高价值是专利的应有之义，在制度正常的情况下，申请的专利总是以最小的代价获得最大的保护范围，都应该是高价值专利。但专利的价值又是相对的，动态变化的，授权时的高价值专利随着市场情况的变化可能变得无价值，企业需要有自己的专利

价值监控和管理策略，动态管理自己的专利组合，这也是高价值专利的筛选、评估与培育的意义所在。

【陈强 摘录】

1.8 【专利】浅析商业秘密保护与专利保护的关联性（发布时间:2017-5-17）

随着知识产权概念越来越被大众所熟知和接收，知识产权除了为每位权利人带来法律保护和经济收益，也约束了侵权人/潜在的侵权群体，并让大众对每位权利人的辛勤付出也得到尊重和认可。其中，知识产权中所涉及的工业产权中，以专利权最被人熟知，而每位权利人在获得专利权之初，除了如何申请专利之外，在权利人选择专利保护之前也通常在商业秘密和专利保护之间徘徊，所以对于专利代理人来说，在日常的咨询业务中也会经常面对客户的这类问题，基于此通常专利代理人会向客户解释专利保护和商业秘密的区别，如何界定商业秘密和潜在的专利申请，以及如果选择商业秘密后如何与专利保护相关联，因此商业秘密如何与专利保护相关联，通常如下：

一、专利保护与商业秘密的区别：

专利保护：1.受国家专门立法保护，即，受《中华人民共和国专利法》保护；2.具有独占的排他性，非专利权人要想使用他人的专利技术，必须依法征得专利权人的同意或许可；3.享有优先权，根据《保护工业产权巴黎公约》的规定，在一定期限内，申请人提出的在后申请与其他人在其首次申请日之后就同一主题所提出的申请相比，享有优先

的地位；4.专利可抵押，即，可以作为无形资产作为评估条件入股企业；

商业秘密：1.没有保护期限限制，只要商业秘密权利人采取的保护措施足以使商业秘密不被泄露，就可以无期限地获得商业秘密带来的经济利益；而专利保护由于法律明确规定了保护期限，法定保护期限届满，专利权就终止，即该专利技术成为社会共有的资源，任何人都可以无偿使用，专利权人不再享有独占权，不能禁止其他单位和个人在未经其同意的情况下无偿使用该专利技术；2.获得保护的程序简单，即，区别于专利保护，商业秘密不需要国家任何行政部门申请登记，仅需企业采取保密措施；3.不需向任何国家行政部门缴纳任何费用；4.商业秘密的保护对象主要包括技术信息和经营信息，相比专利保护，保护范围广；5.采取商业秘密方式保护，不需要公开商业秘密；6.商业秘密的构成要件标准比较低，商业秘密的构成要件有三，包括：不为公众所知悉；能给权利人带来经济利益；以及，具有实用性和经济利益；7.商业秘密保护没有地域限制。

二、如何界定商业秘密和潜在的专利申请：

对于如何界定商业秘密还是潜在的专利申请，主要通过以下四点对企业、研究所的研究成果进行评估：

1、反向工程的难易程度；

对于企业的科研成果，如果其他企业不可能通过反向工程或者很难通过反向工程而获得该技术，那么，企业宜选择商业秘密保护；对于容易被其他企业反向工程获得技术的科研成果，企业宜选择专利保护；

2、科研成果价值的期限长短；

如果该科研成果的期限不超过专利法保护的期限，那么，企业可以选择专利保护；但是，对于企业的科研成果如配方，会长期源源不断地为企业带来经济利益，那么，企业可以选择商业秘密保护；

3、能够获得专利的可能性高低；

企业通常会有一些技术改进或革新等，但又不具备专利的条件，如果企业将这些改进或革新申请专利，而结果未被授予专利，那么该技术改进或革新将变成公知技术，任何企业均可任意使用，因此，企业应事先分析该科研成果被授予专利的可能性，对于被授予专利可能性高的科研成果，可以选择专利保护，对于被授予专利可能性低的科研成果，宜采用商业秘密保护；

4、经济价值大小程度；

由于专利保护需要企业向专利部门支付一定的专利费用，因此，从企业利益考虑，对于经济价值低的科研成果不必选择专利保护而应选择商业秘密保护；而对那些经济价值高且市场需求量大的产品或技术应申请专利保护。

三、如果选择商业秘密后如何与专利保护相关联：

基于第二部分的关于商业秘密和潜在的专利申请的界定，通常客户在考虑商业秘密保护研发技术之外，也会有对专利的需求，因此，我方常建议除了第二部分对部分科研成果选择专利保护外，客户还可以通过市场布局方向，购买具备授权前景和/或已授权的专利，以弥补客户对专利的需求。

【李晴 摘录】

1.9 【专利】中国海关保护知识产权典型案例公布（发布时间:2018-5-8）

海关总署日前公布 2017 年中国海关保护知识产权典型案例。这些典型案例包括：深圳、天津、北京、大连等海关“龙腾”行动查办侵权系列案；福州、合肥、成都、武汉等海关区域合作查办侵权系列案；南京、济南、哈尔滨、重庆等海关查办跨境电商领域侵权系列案；广州、杭州海关在中美海关联合行动中查办侵权系列案；上海海关查办进口专利权侵权纠纷设备案；拱北海关查办出口著作权侵权纠纷蚊香案；厦门海关查办出口侵权香烟案；青岛海关查办出口侵权汽配案；宁波海关查办出口侵权眼镜系列案；黄埔海关查办出口侵权杀虫剂案。

【封喜彦 摘录】

1.10 【专利】扫码支付设备竞争升级现厂商专利纠纷（发布时间:2018-5-17）

一起扫码支付设备“小白盒”的专利纠纷引起市场关注。北京意锐新创科技有限公司（以下简称“北京意锐新创”）发布警告律师函称，苏州斯普锐智能系统有限公司（以下简称“苏州斯普锐”）涉嫌构成对北京意锐新创专利权的侵犯。而苏州斯普锐回应称，二者产品外观有显著差异，不存在侵权。在分析人士看来，此次纠纷的背后实际上反映了扫码设备市场竞争加剧。在移动支付发展以及央行鼓励“收款扫码”方式等背景下，扫码机具设备正迎来发展机遇，而与之而来的专利纠纷等问题仍会出现。

双方各执一词

5月14日，北京意锐新创官方微信消息显示，5月11日，公司正式向苏州斯普锐发出警告律师函，要求后者停止一切涉嫌侵犯自助扫码支付设备“意锐小白盒”专利权相关的产品生产、销售及许诺销售活动，并承担相应的法律责任。

北京意锐新创的律师函指出，近期公司发现市场上出现了标有苏州斯普锐商标的产品，经比对，这些产品与意锐小白盒相关外观设计专利相同或者近似，涉嫌构成对北京意锐新创专利权的侵犯。

对此，苏州斯普锐回应称，苏州斯普锐产品并未侵犯北京意锐新创的产品外观专利权，北京意锐新创提及的苏州斯普锐产品扫码“小白盒”从外观至技术，苏州斯普锐都

拥有完整的知识产权及核心技术。北京意锐新创提及的苏州斯普锐产品扫码“小白盒”与北京意锐新创的小白盒外观专利权的外观有显著差异，不存在侵权。

北京意锐新创律师函指出，公司成立于 2002 年 7 月，是二维码快速识读产品与解决方案的领导者。2016 年 8 月，公司就“意锐小白盒”向国家知识产权局提出外观专利申请，并在 2017 年 4 月 12 日获得专利授权。目前，该专利合法有效。北京意锐新创要求苏州斯普锐停止一切与对公司产品侵权相关的生产、销售及许诺销售活动，并依法承担停止侵权、赔偿损失等法律责任。

苏州斯普锐回应，如果北京意锐新创坚持认为存在所谓的“侵权”，苏州斯普锐欢迎对方尽快走法律诉讼程序。

扫码识别设备竞争加剧

在专利纠纷的背后，实际上反映了扫码设备市场竞争加剧。

公开资料显示，北京意锐新创成立于 2002 年 7 月，是中国自动识别协会会员企业，具有多年专业从事自动图像识别技术的开发与研究经验，在自动识别及光机电一体化领域中拥有多项自主知识产权的科技产品。意锐小白盒于 2008 年研发，近年成为了被广泛应用的自助式扫码支付设备，并服务于微信支付、支付宝、银联商务、美团等主要移动支付平台。

苏州斯普锐成立于 2012 年 2 月，公司主要是以研发二维码扫描读取设备和机器视觉检测设备为主的科技公司。

北京意锐新创表示，中国的自动识读设备行业已形成了一批创新企业，有力推动着中国移动支付的高速发展。一旦业内恶意抄袭蔓延，必将造成劣币驱良币的后果，危害我国移动支付行业的健康发展与产业竞争力。

对于此次纠纷，中国支付网创始人刘刚表示，该事件主要是外观专利纠纷，并非技术专利纠纷，外观专利相比技术专利的纠纷更具有主观性，往往都沦为口水仗而不了了之。无论谁输谁赢，都因市场的关注和扩散而取得了一定的营销效果。

扫码机具市场迎政策红利

由于移动支付发展以及监管政策等原因，扫码机具设备正迎来发展机遇。

去年央行发布《关于印发〈条码支付业务规范(试行)〉的通知》以及配套安全技术规范文件《条码支付安全技术规范(试行)》和《条码支付受理终端技术规范(试行)》，

上述规范已于今年4月1日起实施。出于防范安全风险的考虑，央行将条码支付业务进行风险防范能力分级，对“静态条码”做出单日支付限额500元的规定，并鼓励使用安全风险防范等级更高的“收款扫码”方式，即收款人通过专业的二维码扫码机具，识读付款人移动终端上的动态条码实现支付的行为。

在此背景下，条码自动识读设备行业迎来发展。刘刚表示，由于扫码支付的盛行，这两年很多扫码机具公司都因此而成长起来，由于央行的风险限额规定，更让扫码设备成为了刚需。除了小公司取得了快速发展之外，传统的POS厂商如新大陆、联迪纷纷转型，也成了扫码设备供应商的主力。

易观分析师王蓬博指出，随着扫码设备行业的发展，各类厂商都会来争抢市场，以后免不了此类专利纠纷的问题。有业内分析人士指出，近年来移动支付产业快速崛起，图像自动识别是其中的关键产业环节，需要长年的研发积累与自主创新才能开发出新的产品。然而不断放大的市场需求，也吸引了一些未具备技术积累的企业进场，产生了知识产权、专利技术等纠纷问题。

【胡凤娟 摘录】

热点专题

【知识产权】知识产权促进企业实现价值转型

在“大众创业、万众创新”的大潮下，借助于“互联网+”的创业环境，创业门槛和成本不断降低，近年来市场上涌现出了一批初创型企业，且多为小微企业。与大中型企业侧重于机制、技术和商业模式的创新不同，初创企业面对的是产品研发、投资以及人才吸引等多方面问题，并且具有聚焦业务、管理模式扁平以及流程简单的运营特点。此外，受资金、经营等发展要素的限制，核心技术对助推初创企

业发展的作用更为显著，因此基于知识产权所带来的企业资产价值、风险防御能力、经营机制则成为初创企业创业成功和进一步发展必不可少的因素。

促进企业实现价值转化

作为企业核心竞争力，知识产权对助推初创企业的价值实现发挥了较大作用，一方面其是企业吸引外界投资的重要砝码，另一方面，在经营过程中，企业也可通过运营将这些无形资产转化为有形资产。

知识产权有助于初创企业进行资本积累，特别是对技术依托型企业而言，知识产权的助力作用更为显著。核心技术是该类企业进入市场的敲门砖。由于技术创新需要资金支持，因此如何吸引投资已成为技术依托型企业创业成功的关键，在此方面，知识产权的作用不容忽视。以成立于 2012 年 11 月的 Quanergy 公司为例，其是一家致力于自动驾驶车辆领域激光雷达设计和研发的科技企业。2013 年 11 月该公司获得了 350 万美元的种子轮投资，于 2016 年完成 9000 万美元的 B 轮融资，并计划于 2018 年上市。短短 4 年时间该公司不仅获得了巨额融资，也成为了激光雷达行业的翘楚。业内认为 Quanergy 公司吸引市场资本的重要原因是其着力于市场化产品发展趋势进行的大量技术革新，即针对激光雷达领域对于小型化、固态化、低成本化产品的发展需要，Quanergy 公司拥有多件具有较高关联性的专利技术。

作为一种无形资产，知识产权还能通过质押融资途径来实现初创企业的价值转化。知识产权是企业价值的主要组成部分，对主要受制于资金因素的初创企业而言，知识产权是企业价值的主要体现。数据显示，2012 年至 2015 年我国专利权质押融资金额实现逐年增长，2016 年我国专利权质押融资金额达到 436 亿元，截至 2017 年，新增专利权质押融资金额达到 720 亿元，且随着融资模式从单一的股权投资和债权投资，到新增保险、信托担保、证券化发行的多种形式变化，知识产权促进企业价值实现转化的作用愈加重要。

此外，在创新创业政策的鼓励下，为提高初创企业的知识产权资产投资水平，我国也逐步推行简政放权、优化扶持和开放试点等措施，目前已在全国设立注册商

标专用权质权登记申请受理点 25 个，专利质押融资和专利保险试点 72 个。在这种优化健全的融资环境下，初创企业更容易突破由于资本不足而受到的发展限制，进一步提高企业价值。

帮助企业增强防御能力

由于初创企业处于企业生命周期的初始阶段，既要在市场上立足，也要面对市场的激烈竞争。因此，在初创时期企业发展战略制定尚不完善的情况下，知识产权不仅是重要的企业资本，也是重要的风险防御武器。

与发展中企业及成熟企业在知识产权工作中更加注重专利运营和专利维权不同，初创企业更注重知识产权挖掘。知识产权挖掘是伴随技术研发而进行的，因此在研发过程中及时对创新成果进行知识产权保护，对于初创企业尤为重要。

在“互联网+”的创业环境下，注册商标是初创企业抵御市场风险的利器。2016 年我国商标申请量达 369.1 万件，商标注册申请的总营业额为 52.9 亿元；2017 年，商标注册申请量 574.8 万件；截至 2017 年底，中国商标累计申请量 2784.2 万件，累计注册量 1730.1 万件，有效注册商标量 1492 万件。庞大的商标注册量，一方面体现了企业的商标品牌意识在不断增强，另外一方面也提醒初创企业应注重商标布局，完善的商标品牌战略能提高其风险防御能力。

《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》提出，要加大对小微企业知识产权保护援助力度，构建公平竞争、公平监管的创新创业和营商环境。目前，我国已开始施行一些保护援助措施，例如，全国 120 家专利文献服务网点的建立，不仅能让初创企业从中获得更多专利文献支持、信息咨询和公共教育等公益服务，更有助于减少因缺乏对行业发展、技术现状了解而引发的专利诉讼。此外，国家知识产权局开展的知识产权纠纷仲裁调解试点工作，也将对不断完善知识产权保护体系发挥重要作用。以四川成都为例，“产业新政 50 条”的出台为推动设立知识产权法院和支持企业开展知识产权维权提出了纲领性要求。在激烈的市场竞争中，日趋完善的知识产权保护和政策环境也将进一步提升初创企业运用知识产权进行风险防御的能力。

推动企业完善经营机制

随着资产不断积累、技术研发不断推进，初创企业将会面对如何占据竞争优势地位以及如何优化企业运营机制的考验，在此过程中，知识产权对推进初创企业经营机制的完善发挥着重要作用。

以成立于 2015 年的北京摩拜科技有限公司为例，在创业初期，其最早提交的专利申请是关于自行车管理系统和车架。自 2016 年以来，其在管理系统核心专利的基础上，加强了对电机刹车、传动系统等领域的专利布局。这些专利可用于自行车领域，也可应用于电动车等领域，进一步拓宽了该公司的专利布局范围，一定程度上有利于改善其专利运营的模式，提高专利转化效益。

此外，作为知识产权运用的重要环节，企业是直接促进知识产权转移转化的执行者。由于初创企业和高校、研究机构等技术转移程度的需求不同，其对知识产权的投入模式也有较大差别。一些生产和服务类企业运用其他机构开发的发明成果来开发自己的新产品和服务，这种模式一方面减少了企业的技术研发成本，另一方面也可提高合作主体如高校、研究机构等的技术转移率。对于技术型初创企业来说，关注产学研的进一步合作也可促进其向多合作制、多股份制、多企业组织形式的转变，从而实现企业经营机制的完善。以成都为例，超 20 亿元知识产权运营基金的设立进一步加快了建设知识产权运营机构、专利孵化器、品牌服务机构、交易和公共服务机构等的进度，这无疑也会为进一步完善初创企业的经营机制提供助力。

【刘韵 摘录】