



*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

# 第三百九十七期周报

## 2019.12.09-2019.12.15

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](mailto:hangsome@hangsome.com)

## 总目录

---

### ● 每周资讯

- 1.1 【商标】“怕上火喝王老吉”可以注册为商标吗？
- 1.2 【涉外】越南对本国知识产权法律作出修订
- 1.3 【专利】知识产权助力创新药企加速发展
- 1.4 【专利】搜狗重新定义专利：技术不够，营销来凑？
- 1.5 【专利】新一代人工智能专利分析
- 1.6 【专利】想得到知识产权保护，就不能藏点东西不分享了？
- 1.7 【专利】知识产权法庭首例生物基因技术药物专利案前情提要

### ● 热点专题

- 【知识产权】“绣花锦”商标，“回家”之后当如何？

# 每周资讯

## 1.1 【商标】“怕上火喝王老吉”可以注册为商标吗？（发布时间:2019-12-12）

“怕上火喝王老吉”，这句广告语可谓家喻户晓。广州医药集团有限公司(下称广药集团)欲将其作为商标注册使用在植物饮料等商品上，却因被认定带有欺骗性及不具有显著性，在商标审查阶段注册申请被驳回，广药集团随后提起行政诉讼。

历时 6 年，经过商标驳回、驳回复审、行政诉讼及原国家工商行政管理总局商标评审委员会(下称原商评委)重新审查与新一轮行政诉讼，“怕上火喝王老吉”能否作为商标注册这一纷争有了新的进展。根据北京市高级人民法院日前公开的判决显示，广药集团的主张最终未能得到法院支持，原商评委对第 10833851 号“怕上火喝王老吉”商标(下称涉案商标)予以驳回的重审决定得以维持。

### 欺骗性之虞

据了解，2012 年 4 月 26 日，广药集团向原国家工商行政管理总局商标局(下称原商标局)提出涉案商标的注册申请，指定使用在啤酒、果汁、水(饮料)、无酒精饮料、植物饮料、汽水、酸梅汤、苏打水等商品上。

经审查，原商标局认为涉案商标由“怕上火喝王老吉”构成，易使相关公众认为该标志指示的商品具有去火的功效，将涉案商标注册使用在指定商品上会使相关公众对商品的功效产生误认。据此，原商标局于 2013 年 11 月 4 日作出商标驳回通知书，决定驳回涉案商标的注册申请。

广药集团不服，随后向原商评委提出复审申请。

2014年12月30日，原商评委作出复审决定，以涉案商标易使消费者对指定使用商品的功效、用途等特点产生误认，从而导致消费者误购为由，决定对涉案商标的注册申请予以驳回。

广药集团不服原商评委所作复审决定，继而向北京知识产权法院提起行政诉讼。

此番诉讼中，案件争议焦点为涉案商标是否属于带有欺骗性的标志。

2015年6月18日，北京知识产权法院作出判决认为，根据现有证据，“王老吉”作为一种凉茶商品，其本身具有清热润燥、解火祛湿等功效，不带有欺骗性。涉案商标是对其凉茶商品本身具有预防上火等功效的客观描述，而不是表明商品质量。涉案商标经过长期、大范围并持续地宣传、使用，所指向的凉茶商品与其商品来源已经建立起稳定的联系，不会使相关公众产生混淆、误认。综上，法院判决撤销原商评委所作决定，并责令原商评委重新作出决定。

原商评委不服一审判决，随后向北京市高级人民法院提起上诉。

经审理，北京市高级人民法院于2017年8月29日作出判决认为，涉案商标由“怕上火喝王老吉”构成，易使相关公众认为该标志指示的商品具有去火的功效，而涉案商标指定使用的啤酒、果汁、乳清饮料、果子粉、乳酸饮料(果制品非奶)、蔬菜汁(饮料)、豆类饮料、无酒精果汁饮料、苏打水商品(下称涉案商品)通常不具有上述功效，将涉案商标注册使用在涉案商品上，会使相关公众对商品的功效产生误认；涉案商标指定使用的水(饮料)、植物饮料、汽水、饮料制作配料、无酒精饮料、酸梅汤商品(下称复审商品)可能具有预防上火及去火的功效，将涉案商标注册使用在复审商品上，并不会使相关公众对商品功效等特点产生误认。同时，法院在判决中指出，由于降火可能是植物饮料等商品具有的功效特点，将涉案商标注册使用在复审商品上是否具有显著性，原商评委应当在重新审查的过程中予以审查。综上，法院判决驳回原商评委上诉，维持一审判决。

## 显著性之辩

根据北京市高级人民法院作出的判决，原商评委重新进行审查认为，涉案商标由“怕上火喝王老吉”构成，易使相关公众认为该标志指示的商品具有去火的功效，而涉案商品通常不具有上述功效，将涉案商标注册使用在涉案商品上会使相关公众对商品的功效产生误认；复审商品可能具有预防上火及去火的功效，将涉案商标注册使用在复审商品上，并不会使相关公众对商品功效等特点产生误认。同时，由于降火可能是植物饮料等商品具有的功效特点，若将涉案商标注册使用在复审商品上，易使相关公众将其作为表示商品功效等特点的文字识别，缺乏商标应有的显著性。综上，原商评委于2018年9月29日作出复审决定，对涉案商标的注册申请予以驳回。

广药集团不服原商评委重新审查后作出的复审决定，随后向北京知识产权法院提起行政诉讼。

在这一轮诉讼中，案件争议焦点为涉案商标指定使用在复审商品上，是否构成商标法规定的“仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点”之情形。

北京知识产权法院经审理认为，涉案商标由“怕上火喝王老吉”构成，易使公众认为该标志指示的商品具有去火的功效，而复审商品可能具有预防上火及去火的功效，将涉案商标注册使用在复审商品上直接描述了商品的功效特点，不具有显著性；广药集团在先注册并长期使用的是“王老吉”商标，其提交的广告宣传证据显示“怕上火喝王老吉”通常在“王老吉”凉茶的广告中作为广告语使用，而非作为发挥识别商品来源作用的商标使用，其对“怕上火喝王老吉”的使用不能使其作为商标获得显著性。综上，法院于2019年6月4日判决驳回广药集团的诉讼请求。

广药集团不服一审判决，继而向北京市高级人民法院提起上诉称，涉案商标由“怕上火喝”和“王老吉”组成，“怕上火喝”指向的是广药集团具有极高知名度的品牌“王老吉”，涉案商标为广药集团独创的标识，既不构成对复审商品

功效特点的直接表述，也与复审商品具有直接、必然和密切的关联，能够起到区分商品来源的作用，具有显著性；同时，涉案商标经广药集团长期宣传使用具有极高知名度，与广药集团建立了稳定的对应关系，具备区分商品来源的功效，取得了显著性并便于识别，可以作为商标注册。

经审理，北京市高级人民法院认为，正如广药集团所述，涉案商标由“怕上火喝”和“王老吉”组成，其中“王老吉”系商标标志，“怕上火喝”在于强调“王老吉”商标，用以鼓励相关公众购买相关商品。涉案商标不同于一般的简单文字、图形或其组合，其包含另外的商标“王老吉”，相关公众通常会认为其系广告用语或宣传口号，而不会将其作为商标认知。不同于商标用来识别和区分商品来源，广告用语或宣传口号的作用在于强调企业和商品信息、鼓励或刺激相关公众购买欲望。即使“怕上火喝王老吉”具有指向广药集团来源的作用，其亦由其中“王老吉”商标所指向，而非涉案商标本身。而且即便如广药集团所述该用语系由其独创，其整体上无法起到区分商品来源的作用，不具有商标的固有显著性。

同时，北京市高级人民法院认为，广药集团提交的在案证据中，对于“怕上火喝王老吉”标志的使用均与“王老吉”商标紧密相连，不足以证明涉案商标经过使用取得显著性，相关公众能够将其作为指代商品来源的标志加以识别。

综上，北京市高级人民法院判决驳回广药集团上诉请求，维持一审判决。

## 【商版部 摘录】

### 1.2 【专利】越南对本国知识产权法律作出修订（发布时间：2019-12-13）

实际上，在越南的司法体系下，有关知识产权的各项法律可以算得上是一个新鲜事物。尽管越南在 2005 年出台的第一部涉及知识产权的法律涵盖了绝大多

数关键性的议题，但由于知识产权领域也在不断变化，因此越南政府一直认为应该对上述法律作出进一步的修订。

近期，越南国民议会公布了该国《第 42/2019/QH14 号法律》，对现行的知识产权法律进行了修订。而下文将着重介绍最值得人们关注的三点变化。

首先，新法律中有关发明新颖性的要求出现了较大变化。根据新的规定，如果发明者本人或者根据法律有权提交注册申请的人士对外公布了发明的信息，那么只要这些人能够在披露之日后的 12 个月内主动提交保护申请，那么相关的发明仍应被视为具备新颖性。

在这里需要指出的是，根据以前的法律，发明人应该在对外公开发明信息的 6 个月内提交申请才能保住该发明的新颖性。显然，这么短的时间无疑提高了申请的难度，特别是对于那些国际申请而言。

其次，根据新的法律，即便签订知识产权转让协议的双方并未在越南国家知识产权局进行备案，相关协议对于第三方而言仍应该是有效的。而根据旧法规，只有在国家知识产权局完成备案工作后，这种转让协议才会具备法定效力。

第三，无论是根据旧法还是新法，只要权利人未能连续 5 年使用自己的商标，那么这件标志就会被撤销掉。不过，新的法律明确指出，权利人对外许可自家商标使用权的行为仍然会被看成是其在继续使用着这件标志。当然，前提是被许可人确实使用了上述标志。（编译自 [www.mondaq.com](http://www.mondaq.com)）

翻译：刘鹏 校对：李艳秋

**【封喜彦 摘录】**

### 1.3 【专利】知识产权助力创新药企加速发展（发布时间:2019-12-13）

2018年4月，港交所批准未盈利的生物科技企业上市，引发投资者对创新生物医药企业的投资热潮。今年4月，科创板开放申报，对药企设置了较低的门槛，生物医药科技领域企业被普遍看好，并成为科创板中的重要力量。然而，诸多焦点企业的科创板之路并不顺利，尽管大都尽早提交了资料，然而审核过程颇为坎坷，多数历经多次问询，其中也不乏终止上市者。2019年10月14日，博瑞生物医药（苏州）股份有限公司（下称博瑞医药）在历经三次问询，包括对研发、经营模式甚至是董事长个人爱好等多项内容的质疑之后，终于成功注册。

博瑞医药涉及仿制药、原料药和中间体生产，以及创新药等技术领域，是一家正在成长的CRO/CDMO型药企。笔者通过检索现阶段专利权人或申请人为博瑞医药及其多家子公司的专利申请后发现，截至目前，博瑞医药在中国提交发明专利申请216件（已公开），通过《专利合作条约》（PCT途径）提交的国际专利申请达24件，向美国专利商标局提交发明专利申请15件，向欧洲专利局提交11件，向澳大利亚知识产权局和日本专利局分别提交10件申请，并有一件专利申请已经在美国、欧洲、澳大利亚、日本、韩国、加拿大均获得授权。

#### 围绕核心技术布局专利

笔者以216件国内专利为代表，对博瑞医药的专利申请状况进行简要分析。

从发明人分布来看，袁建栋作为博瑞医药的创始人和掌门人，是主要发明人之一，其专利申请量达到200件。这一数字不但证明了袁建栋的首席科学家地位，也显示了博瑞医药的专利资产的稳固性。袁建栋曾在美国攻读药物合成博士学位，并在恩佐生化从事生物制药尤其是抗病毒药研发工作多年。另一主要发明人黄仰青的专利申请量达到47件，其现任博瑞医药研发总监，于博瑞医药起步阶段加入后，已工作十余年，主持和参与了多个原料药、创新药项目，曾获评“苏州市高技能人才”。



笔者分别统计了博瑞医药已授权专利和已公开专利的分类号分布情况。C07D 487/04 这一分类号下辖博瑞医药关于抗血小板药物替卡格雷的制备、制剂、中间体、晶型等技术的专利。A61P 1/16、A61P 31/12、A61P31/20, 以及 A61K 31/675、C07D473/18、C07F9/6561, 则主要涉及公司在肝病和抗病毒药物, 尤其是抗肝炎病毒药物方面、及其生产工艺的技术储备和布局情况, 例如核苷类似物恩替卡韦、泰诺福韦。A61P 35/00 显示公司开始布局抗肿瘤的创新药物, 例如靶向高分子偶联药物, 在已审未结的专利中也占据了相当的比例, 是下一步的重要发展方向。C07K 7/56 涉及博瑞医药另一重要领域, 即卡泊芬净、阿尼芬净等新型抗真菌药的制备工艺(发酵半合成)、中间体化合物等, C12R1/645 对应于该类药物发酵生产过程中所使用的菌株(*Coleophoma empetri*)。C07H 涉及大环内酯类抗生素/杀虫剂, 如塞拉菌素、泰拉菌素的制备工艺。从分类号分析来看, 博瑞医药对其所生产和销售的产品和工艺领域都进行了专利保护, 构建了技术壁垒, 能够有效限制竞争对手进入其细分领域, 极大增强了其核心竞争实力。

进一步从关键词进行分析, “制备” “中间体” “发酵” “高纯度” 等高频词汇也体现出博瑞医药的技术方案更专注于方法, 这充分展现出其业务和工艺特色。

虽然博瑞医药是由仿制药和中间体生产起家, 但其始终贯彻占据技术优势的战略和向创新药领域发展的计划。其最近三年均具有相当比例的技术转让收入, 研发投入占营业收入比重均在 20%以上, 高于行业平均水平。从专利申请数量来看, 博瑞医药超过了相当多的同类企业。例如, 博腾股份的国内专利申请数量为 83 件, 金斯瑞的国内专利申请数量为 61 件, 药石科技的国内专利申请数量为 51 件。CDMO 巨头、瑞士 Lonza 公司在中国也仅布局了 100 余件专利申请, IQVIA 没有进行专利布局。

## 获奖专利助力企业发展

2017年，博瑞医药一件关于“一种新的恩替卡韦生产方法”的专利（专利号：ZL200610088464.8）获得第十九届中国专利金奖评选优秀奖奖项。该专利背后的故事可谓跌宕起伏。

恩替卡韦是多个国家和地区乙肝治疗指南中建议的一线甚至是首选治疗药物，而中国是乙肝患病大国，市场前景相当明确。该药在中国没有获得化合物产品核心专利的保护，但原研药厂家百时美施贵宝（BMS）拥有一定数量周边专利，包括制备方法、中间体和制剂等方面，保护虽不完善但范围仍属广泛。因此要想在不侵权的情况下生产恩替卡韦绝非易事，正大天晴多年以来一直未攻克这一难关。

2006年袁建栋与正大天晴药物研究院院长张喜全一次无意中的会面，促成了双方在恩替卡韦合成技术上的合作。成立不久的博瑞医药在袁建栋带领下成功开发出一种新的恩替卡韦生产方法，并获得了专利授权（专利号：ZL200610088464.8）。作为被许可方和合作方，正大天晴的恩替卡韦仿制药“润众”也很快在国内上市，并取得了数十亿元的年销售额。

面对中国市场蛋糕被分走一大块的不利状况，BMS于2011年4月迅速提起专利侵权诉讼，指称“润众”产品侵犯了其申请号为CN200510128719.4的专利权，该发明专利名称为“低剂量艾替开韦制剂及其应用”。应诉后，正大天晴于同年6月向国家知识产权局原专利复审委员会（下称原专利复审委员会）提出针对CN200510128719.4专利的无效请求。原专利复审委员会于2012年1月作出无效决定，宣布该专利大部分权利仍然有效。随后，北京市一中院经审理，于2012年3月作出判决，认定两者在制备方法上有显著差异，侵权不成立。尽管赢得了诉讼，正大天晴仍然不服前述无效决定，于2012年上诉至北京市一中院，并在北京市一中院于2013年5月判决维持前述决定之后，继续上诉至北京市高院，并终于在二审得到北京市高院的支持，于2013年12月判决将前两者撤销并发回原专利复审委员会重审。至此，博瑞医药在和正大天晴的此次专利战中大获全胜，其产品销量也在此后多年以来一直保持增长，并逐渐超过了原研药的市场份额，占据了优势地位。

该诉讼战对于中国药企有着启发性的意义，以技术为根本，以专利为武器，正面、积极应对，最终证明了自身的实力。2019年10月，博瑞医药的恩替卡韦同样通过了FDA批准，获准在美国上市。

作为国家知识产权优势企业，博瑞医药对于专利的重视和专利策略的使用体现了极强的知识产权保护意识，并获得了丰厚的回报。该企业技术开发实力较强，并能够对其优势领域和创新方向进行良好、充分的全球专利布局。尽管目前企业体量并不大，但随着在科创板成功上市，有望更好地提升技术优势和专利优势，在竞争激烈的CRO/CDMO行业中进入第一梯队。

## 【卫素丹 摘录】

### 1.4【专利】搜狗重新定义专利：技术不够，营销来凑？（发布时间：2019-12-11）

2015年，搜狗携17项专利向百度发起了专利战，诉讼总标的额高达2.6亿元，一场时间线极长的专利战正式拉开帷幕。

然而，携专利而来的搜狗似乎并没有看到自己想要的结果。

据报道，截至去年9月，诉讼发起方搜狗败诉及撤诉数量高达16起、折损12项专利。作为原告的搜狗输掉官司看起来似乎也已经成为定局。

在连续两次无效请求均告失败之后，近日有报道称，11月11日，针对百度专利《用于输入修改的方法与装置》的第三次、第四次无效口审在专利局复审和无效审理部召开。

看到引以为傲的专利“护城河”失效，搜狗难以接受也是可以理解的。只不过，正如最近有媒体报道北京外国语大学法学院副教授陈明涛对这一纠纷所评价的那样：

“未经评估贸然提起诉讼，很容易出现侵权诉讼未成功，自己的专利反被无效或部分无效，陷入‘尚未伤敌一千，就已自损八百’的窘迫局面。”

如今，不愿接受现实的搜狗，看起来似乎真的在这场官司中输掉了太多东西。

### **数量有余，硬核不足：细说专利战输掉的那“八百”**

必须承认的是，专利战已经成为现代商战中不可或缺的一部分。专利的经济学色彩非常浓厚，因为专利权的背后通常意味着垄断。

上至科技巨头，苹果与高通、谷歌、三星等企业马拉松式的专利战。下至新兴市场，例如茶饮品牌的抄袭之争。企业都希望通过掌握核心技术从而得以遏制对手的咽喉，已达到不战而屈人之兵的目的。

搜狗自然也是如此，来势汹汹，包裹着厚实而又华丽的 17 项专利“外衣”。如今却变得似乎有些衣衫褴褛，此前几乎没有人能料到最后的结局会出现这样的大反转。

据媒体报道，此次专利战诉讼结果显示，在搜狗诉讼百度的 17 个涉诉专利中，搜狗的 12 个专利被无效，其中涉及细胞词库、图片输入等当前业界普遍使用的技术。而剩下 5 个案件中 4 件搜狗在侵权诉讼中败诉，1 件搜狗在行政诉讼二审中败诉。整体来看，搜狗在输入法上的多个专利被认定全部无效或部分无效。

当搜狗发现一直引以为傲的专利不被认可时，那种落差是可以理解的，只不过还是要认清现实，透过此次专利战也给其它企业留下许多警示。

正如陈明涛副教授所说的，之所以会有此败局，源于搜狗未对专利做有效评估便贸然提起诉讼有关。

根据郑海洋等撰写的《2008-2018 年度中国专利无效案件统计分析报告》显示，在统计的 30178 篇专利无效决定中，有 50.4%的专利被完全无效，超过 60%的专利被部分无效。

在这一方面其实也很好理解，就像保险，为什么有的会被拒保？因为在理赔时保险公司会非常严谨，对投保人的各种数据进行收集和整理。

而专利的话，申请难度一般。只不过如果拿来作为日常 PR 工具也就罢了，一旦作为诉讼武器，那就得严谨审核，审核难度非常大，标准也非常高。这也是为什么许多专利战通常都是长线作战，需要进行数年之久，因为这中间法院和专利局认定需要进行大量的检索和信息采集，严谨性足够高。因而一旦被认定无效，在印象中似乎很难有翻盘的机会。

试想，如果没有这场官司，那么搜狗可以继续以这些专利为傲，作为自己的公共“小红旗”，作为自己技术创新实力的一个论据。可如今，专利作为企业最后的公关外衣也已沦陷。专利战不仅没成为企业加分项，反而被扣了许多分，尤其是在品牌建设方面。

对于搜狗而言，旗下搜狗输入法、搜狗浏览器、搜狗搜索，被人们广泛使用。它缺的不是品牌曝光度而是品牌美誉度，这些成熟的大企业需要不断的对品牌进行包装，树立自己的企业人设。

没有准备好就仓促起诉，最后结果反转，这可能对品牌形象也会带来一定的伤害。要知道维护知识产权在公众眼里是支持的，可如果没用好也可能适得其反。国内方面，此前视觉中国就因专利度的把握不好而引人诟病。国外方面，高通也被冠之以“专利流氓”之称，高通的专利费坊间也被戏称为“高通税”，这对其品牌美誉度方面的伤害极大。

讲真，搜狗赢了倒还好，打击了对手，而且毕竟它没有像高通那般四处开战。可如今看起来似乎输局已定，那之前发起专利战的行为可能会给人一种“为了专利战而专利战”的感觉。拿着无效专利去告别人，其技术标签可能也会因此褪色。

众所周知，王小川本身就有“技术男”标签，从搜索业务到智能硬件，搜狗的主营业务似乎也与技术有着强关联。专利战的失败，或许会对其一直以来的技术企业人设产生不利影响。

当然了，从理性的角度来看，正如陈明涛副教授说的那样，搜狗事先没能做好专利评估。

但从感性的角度来看，搜狗的行为其实也可以理解。曾经有人把企业进行专利自我审核比作个人体检，很多人天生对体检有一种抗拒心理，怕碰到不好的结果。以小见大，企业也是一个个人组成的集体，人格化色彩浓厚。企业专利审核就像体检，可能很难过自己心理关卡。

如果时间回到 2015 年，在发起专利战之前搜狗能够再慎重一点，或许也不至于落到今天这幅局面。但，可惜没有如果。说到底，这也怪不得别人，只能怪自己作茧自缚。

### **警惕专利“紧箍咒”：回归主营业务才是正道**

不得不说，祭出专利杀器对于搜狗而言可能也是主营业务疲软环境下的不得已而为之。

11 月 4 日，搜狗公布了自己 2019 年第三季度未经审计的财报。财报显示，搜狗第三季度总收入为 3.15 亿美元，同比增长 14%。乍一看，似乎还不错，但仔细深扒却又能发现不少问题。

据财报透露的信息来看，第三季度搜狗搜索和搜索相关广告实现营收 2.88 亿美元，同比增长 12.9%，营收占比高达 91.5%。而其他收入仅为 2666 万美元，较上个季度下滑 2.9%。

不得不说，搜狗看起来似乎是有些“偏科”，细品搜狗的一些垂直业务其实也比较好理解。

根据企查查检索出的搜狗企业简介来看，搜狗本身的定义就是一家搜索引擎技术服务商，支持微信公众号、文章搜索等。专注于增强搜狐网的搜索技能，主要经营搜狐公司的搜索业务。在搜索业务的同时，也推出搜狗输入法、搜狗高速浏览器。

输入法方面，工具类产品看起来流量很大，但转化起来并不容易。在很多人的惯性思维里，工具类产品的使用特点就是“呼之即来挥之即去”、“用完即走”，变现很难。工具型产品的用户黏性最弱，它的用户更换成本非常低，而且行业门槛并不算高。搜狗一旦采取过多的商业化举措，有可能造成用户体验差用户流失的结果，自然很难为营收带来太多贡献。

而浏览器方面，浏览器的根本价值在于充当流量“入口”价值，本身行业其实处于一个同质化的阶段，过多的商业化同样容易造成用户抛弃。

智能硬件是个不错的故事，搜狗也推出了一些智能硬件产品。然而很多硬件产品的场景想象力依旧有限，对于很多用户而言，让他们“尝鲜”容易，但要想持续购买却很难，这些产品未来究竟有多大想象空间恐怕仍需要进一步观察。

此外，搜狗还有科大讯飞这样一个对手在虎视眈眈，在技术和硬件上都存在直接竞争的维度。而科大讯飞今年第三季度营业收入 23.45 亿元，同比增长 13.10%，卖硬件确实为它带来不少收益，刚刚过去的双十一销售成绩也还不错，与之相比，搜狗硬件的声音似乎要小一些。

那么唯一的长板搜索业务呢？众所周知的是，国内搜索江湖依然是百度的天下，360 和搜狗虽然排在搜索 2,3 位，但加在一起的份额距离百度也有很大的差距。市场份额始终稳如泰山，不高不低，行业处于一种动态平衡阶段，这也决定了吃肉终归还是百度，其它人也就喝点汤。

如今，随着今日头条的高调入局搜索，虽不至于颠覆百度，但基于自身体量抢占一部分市场份额还是有可能的。今日头条和百度围绕信息流在神仙打架，可未来搜狗却有市场份额被“挤出”的风险。

搜狗搜索赖以发展的稀缺资源，譬如微信搜索，与公众号内容本身的价值量和关注度可能也有一些“一荣俱荣，一损俱损”的关联。而公众号的内容价值和关注度似乎已经大不如前，那么这一稀缺优势带给搜狗搜索的增长荷尔蒙还能维持多久呢？

如此看来，主营业务问题重重，专利战似乎成为搜狗给对手降速甚至制约对手的手段。

然而，专利很重要，但未来终究还是要走向差异化和降低成本的道路上，没有哪个行业会因为专利战产生大洗牌。而且，很多时候优势会成为一种劣势，过于强调专利诉讼可能会阻碍企业的创新能力，可能给企业带来一种自我感觉良好错觉。

加拿大北电网络抓住光纤革命的红利崛起，掌握超过 6000 项专利，但最终只得沦为破产拍卖，北电的 6000 项专利也被苹果、微软、爱立信等组成的财团以 45 亿美元收购，成为他人的专利收益机器。类似北电网络经历的还有我们熟知的柯达、诺基亚。

2019 年三季度，搜狗研发费用为 5003 万美元，同比下滑 1.1%。

搜狗虽没有像百度那般喊出“all in AI”的口号，但所有人都知道 AI 对于搜狗未来的重要性，如今研发费用下滑这似乎并不是什么好的信号。

对于搜狗而言，弥补此次专利诉讼给自己带来的负面影响很重要，但找准主营业务的发展方向改变“偏科”现状可能才是影响其未来长久发展的关键。

**【胡凤娟 摘录】**



## 1.5 【专利】新一代人工智能专利分析（发布时间:2019-12-12）

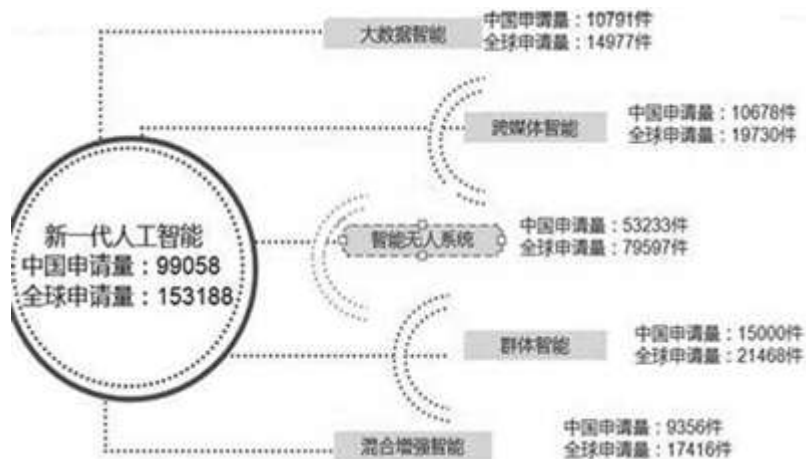
人工智能（Artificial Intelligence, AI）自诞生以来，已经过约 60 年的发展。2006 年深度学习算法的重大突破带来了人工智能的第三次爆发。同时也引发专利申请的激增，2006 年至 2016 年，十年的时间专利数量翻了 4 倍。

随着互联网的普及、传感网的渗透、大数据的涌现、信息社区的崛起，以及数据和信息在人类社会、物理空间和信息空间之间的交叉融合与相互作用，当今人工智能发展所处信息环境和数据基础已经发生了深刻变化，人工智能的目标和理念正面临重要调整，人工智能的科学基础和实现载体也面临新的突破，人工智能正进入一个新的阶段，即人工智能 2.0，也称为新一代人工智能。可以预见未来几年，新一代人工智能的变革同样会带来技术以及专利的再次爆发。

### 人工智能专利整体情况

新一代人工智能的初步定义可表达为：基于重大变化的信息新环境和发展新目标的人工智能。新的信息环境包括互联网、移动终端、网络社区、传感器网络和大数据。新的目标是指智能城市、智能经济、智能制造、智能医疗、智能家居、智能驾驶等从宏观到微观的社会需求。可望升级的新技术有：大数据智能、群体智能、跨媒体智能、混合增强智能和自主智能系统（智能无人系统）等。

大数据智能相比于以前的大数据，其数据驱动无需人类干预教导。跨媒体智能从处理单一的视觉、听觉、文字等，迈向跨媒体认知、学习和推理的新阶段。混合增强智能是走向混合型增强智能的新计算形态。群体智能是从聚焦研究“个体智能”走向基于联网的群体智能。智能无人技术则是从自动化转向智能化，从机器人转向更加广阔的智能自主系统。



在建立了 5 大一级分支和 24 个二级分支的分解表，并在 2 级分支下深入建立 81 个三级分支基础上，本文针对大数据智能、跨媒体智能、智能无人系统、群体智能、混合增强智能 5 个技术方向的专利申请进行检索，专利申请状况如图 1 所示。从专利申请量和技术原创方面 2 个方面来看，中国目前均已经处于领先地位，具有较强的数量优势，其次是美国。

### 混合增强智能专利分析

混合增强智能技术分支具体包括混合增强智能的基础理论、混合增强智能的共性关键技术、混合增强智能的支撑平台 3 个二级技术分支以及 19 个三级分支。

混合增强智能的专利申请量在 2011 年进入了快速增长的阶段。技术原创国中，中国和美国明显领先其他国家。在目标市场国中，中国和美国是较大的市场。目前混合增强智能的理论基础研究相对较多，未来可能有更多的应用出现。中国、美国的专利申请量大，也是较大的市场。

全球申请人中 IBM 遥遥领先，实力超强。此外，排名前五的均是外国企业。总的来看，有两个显著的特点；第一，国外的重点申请人以企业为主，而中国的申请人以科研院所和高校为主，中国在混合增强智能方面可能还处于研究阶段，产业应用较少；第二，虽然中国在原创国中占比最大，但并没有申请人跻身前五名，美国和日本企业仍然具备较强的研发实力。

## 跨媒体智能专利分析

跨媒体智能分析是新一代人工智能的重要组成部分，通过视听感知、机器学习和语言计算等理论和方法，构建出实体世界的统一语义表达，再对各种类型的数据进行分析、推理获取知识进而转换为智能，从而成为各类信息系统实现智能化的“使能器”。跨媒体技术分支具体包括跨媒体感知计算、跨媒体分析与推理以及智能计算芯片与系统 3 个二级技术分支，并包含 21 个三级分支。

在全球专利申请量排名前二十位的申请人当中，我国申请人主要为高校和科研院所，包括中国科学院、清华大学、北京大学。跨媒体智能技术在华申请的申请量排名前二十的申请人中，中国科学院的申请量最大，其后排名依次为西安电子科技大学、索尼、电子科技大学和北京航空航天大学。

具体对所有二级分支进行深入分析，发现跨媒体感知计算增长快速，申请量大，跨媒体分析与推理增长较慢，并且近几年一直在波动。无论技术原创国还是目标市场国，中国、美国和日本均位列前三。

从上面的分析可以看出，全球申请人中排名前三的外国企业分别是 IBM、索尼和松下，我们分别对这三个外国申请人的专利来进行重点分析。

IBM 在智能计算芯片和系统分支的布局基本完成，从 1990 年到 2018 年有连续的重要专利布局；其中，感知计算方面核心专利众多，分析推理方面的进入时间较晚，因此也相对薄弱。

索尼注重感知计算传感器技术，专利布局已经成熟，主要集中在视觉感知，特别是三维成像技术。分析与推理方面的布局较弱，主要研究集中在信息图像文本关联处理方面；在智能计算芯片与系统方面的布局主要集中在半导体成像电路的三维集成。

松下在早期以分析推理作为主攻方向，后期感知计算以视觉感知为主，分析推理主要集中在图像文本关联表征及检索，智能计算芯片与系统侧重三维芯片的设计及测试，三个分支布局均走弱，可能与企业自身生存状况相关。

综合来看，在跨媒体智能中，智能芯片国外势力强劲，全球布局已经完善；感知计算核心专利众多，技术壁垒高；在分析推理分支，全球领先企业的布局均不成熟，可以作为国内企业的突破方向。

### 分析推理分支发展趋势

对跨媒体分析与推理分支的分析发现，排在前 20 的申请人申请量仅占总申请量的 28%，可见跨媒体分析与推理分支的垄断还未形成；从分支占比走势来看，统一表征作为基础性的技术，申请量占比逐步降低，专利布局成熟，研究热度呈下降趋势；智能描述生成和知识图谱构建具有上升趋势，特别是智能描述生成技术，已发展成申请量占比最高的技术分支，是目前争夺的热点，知识图谱构建申请量较小，但是已经呈现上升趋势，该技术分支很有可能是未来研究的热点。

分析申请人占比可以看出，对于统一表征、关联理解挖掘这两个基础性技术，微软、松下、谷歌等大型人工智能公司申请了大量专利，描述与生成技术是近年来各公司都在争夺的热点；知识图谱构建是未来可能的热点，一些大型公司已经开始提前布局抢占先机，不过总量较少。全球前 20 申请人中国仅有中国科学院一家上榜，国内在该领域的研究还有一些差距。

通过对国内申请量排名前列的科研院所（中科院、浙江大学、北京大学、天津大学、清华大学）和企业（光年无限、华为、百度）的布局特点进行分析可见，国内创新主体均集中于基础技术，对课题组分析出的当前热点——跨媒体描述与生成没有及时转向跟进，而对于预测出的未来热点技术，目前国内布局几乎处于空白（如图 2）。



综上所述可见，混合增强智能技术为较新的技术分支。总体看来，虽然中国在混合增强智能领域的申请量位于第一，但是全球排名前 20 名的申请人中，中国无一家企业上榜，进入前 20 的 6 个中国申请人均是科研院所。

跨媒体智能技术是新一代人工智能的核心技术。总体看来，申请量增长势头强劲，处于高速发展阶段。但是中国主要申请人均为科研院所，而无一家企业上榜。具体看来，视觉、言语感知稳步发展，面向媒体智能感知的自主学习开始爆发，城市全维度智能感知推理引擎分支发展缓慢；统一表征技术日渐成熟，描述与生成、知识图谱逐步增长，知识演化与推理技术有待突破；智能计算芯片领域国外申请人占据较大优势。国内企业在积累技术的同时应把握专利布局最佳时机，根据企业的目标应用进行海内外专利的布局，为未来抢占国内外市场打好基础。

新一代人工智能涉及的技术领域多，与各类应用的结合范围广，包含了智慧城市、智能制造、智能医疗、智能家居、智能驾驶等从宏观到微观的社会需求。新一代人工智能所涉及的这些技术领域、应用、和社会需求的发展情况均不同，需要通过多元化的激励、扶持、孵化政策，促进新一代人工智能的发展。（国家知识产权局专利分析普及推广项目新一代人工智能课题组）

### 1.6 【专利】想得到知识产权保护，就不能藏点东西不分享了？（发布时间：2018-12-9）

为了保护专利权人的合法权益，鼓励发明创造，推动发明创造的应用，提高创新能力，促进科学技术进步和经济社会发展，制定本法。

专利的本质就是“以公开换取保护”，不公开谈何保护？

私心谁都有，虽然想完全不公开不太可能，但在使用知识产权保护的过程中，在各个方面都可以在法律允许的范围内保留自己的隐私，可以有选择不公开我们不想公开的部分。

名字选择由你定

在专利申请中，我国《专利法》第十七条第一款规定：发明人或者设计人有权在专利文件中写明自己是发明人或者设计人。

在申请文件中写明自己是发明人或者设计人的权利是一种署名权，因此发明人或设计人可以要求享有，也可以要求放弃。

但在实际申请过程中，或许是因为发明人比较淡泊名利，不想证明自己发明过这个技术方案，荣誉都给别人；也有可能是公司为了避免自己的核心技术人员被同行获知，或者将相关研发温暖被挖走，或者是根据发明人来摸出该公司的技术发展的脉络，与发明人签订了相应的合同，发明人放弃署名的权利获得其他利益。

发明人或设计人如果不希望在申请文件中公布其姓名，可以在提交专利申请时，在请求书发明人或设计人信息栏后勾选“不公布姓名”。经专利局审查认为符合规定的，专利局在专利公报、专利申请单行本、专利单行本以及专利证书中均不公布发明人姓名，并在相应位置注明“请求不公布姓名”字样，发明人也不

得再请求重新公布姓名。

发明人或设计人如果在提交专利申请之后希望不公布其姓名的，应当提交发明人签字或盖章的书面声明，并且需在专利申请进入公布准备前提交。



在著作权保护中，署名权是作者对公开其作者身份与作品关系的权利，作者可以选择公开其作者身份或不公开作者身份。

决定公开身份的，可以署本名或者其他为公众所知的名字。

决定不公开身份的，可以署假名或者不署名。不署名又叫匿名，匿名并不是作者放弃署名权或没有署名权，匿名也是行使署名权的一种方式。

署名方式可以署本名、笔名、别名或假名，署名方式的选择往往反映作者公开或隐瞒其作者身份及相应程度的选择。署其本名或笔名是将其作者身份公之于众；署其他为人较少知道或不知道的名字，则往往是部分隐瞒或完全隐瞒自己的作者身份。

## 不必总做老实人

在撰写专利过程中，我们往往强调要公开充分，因为如果为了保密而不充分公开其发明，就可能违背了建立专利制度的初衷。

我国《专利法》第 26 条第 3 款也规定：说明书应当对发明或者实用新型作出清楚、完整的说明，以所属技术领域的技术人员能够实现为准。

说明书的充分公开是专利申请文件撰写的一项基本要求，如果说明书公开不充分，很可能会因此而被驳回。

而专利说明书的作用就是履行公开义务也并不需要将所有研究和盘托出，说明书对发明内容作了清楚的叙述，所属技术领域的技术人员能够根据说明书的内容无需创造性的劳动能够再现发明或实用新型即可，而不要求公开最优方案。

如果您想“留一手”，可以通过公开至少一个能够实现的实施例的方式，该实施例未必是最佳实施例或是最核心的实施例，这样可以满足法律上公开的要求，还保护的自己的核心技术。

## 核心技术不外显

如果你申请专利的发明创造涉及国家安全或者国家重大利益需要保密，可以申请国防专利。

国防专利只有发明专利一种，必须委托装备发展部国防知识产权局指定的国防专利代理机构，具体工作由国防专利审查中心承担，国防专利是不会被公开的。

## 技术秘密要守住

如果你不希望与他人分享自己的技术，可以使用商业秘密来进行保护。商业秘密包括技术信息及经营信息，其不仅可以是一种设计方案、一种可获得专利权的装置或工艺，而且还可以是研发过程中的试验记录或是任何将来具有价值的信息。

商业秘密的保护期限在法律上并没有明确限制，只要该信息符合商业秘密的条件，被权利人采取一定的措施予以保护，那么该信息就将一直受到法律的保护。

商业秘密要想得到较好的保护，具体要在法律方面与金钱方面采取相应的保密措施。

企业最好能建立健全自己的商业秘密保护制度，通过对本单位技术权益和经济利益有重要影响的有关行政管理人员、科技人员和其他有可能接触到企业商业秘密的人签订保密合同来防止商业秘密泄露。企业可以对接触、使用企业商业秘密的职工给予较优厚的工资、奖金等，并要求其负有相应的保密义务，或者通过吸纳核心员工作为股东来保护商业秘密。

企业也可以只对技术的部分环节选择商业秘密保护，对另一部分申请专利。即使秘密真的被泄露，也无法让侵权人生产出完整的类似产品，为企业的核心技术设立双重防线。



知识产权是公众利益与个人私益之间的博弈，有选择的分享，有选择的保留，才是聪明人对知识产权游戏的正确理解！



### 1.7 【专利】知识产权法庭首例生物基因技术药物专利案前情提要（发布时间：2019-12-13）

最高人民法院知识产权法庭 2019 年“集中宣判周”迎来“收官之作”——法庭首例生物基因技术药物专利行政案件的公开宣判。本案是宣判案件中唯一的专利授权案件，涉及技术领域最为前沿，与创新联系最为直接，其确立的创造性判断标准将对科技创新产生影响深远。作为本案的法官助理，为方便对本案及判决书的理解，下面由我略作解读，以作抛砖引玉。

#### 一、本案涉及的发明：可能影响你我生命与健康的前沿基因技术药物

本案的发明专利申请名称为“结合分子”，涉及单克隆抗体基因技术领域。单克隆抗体药物是目前发展最快的治疗性生物大分子药物，在抗肿瘤、自身免疫性疾病等方面具有显著疗效，近年来销量和市场份额均快速增长，2019 年上半年，全球药品销售额前十名的药物中就包括了 6 个单抗药物，半年销售额合计达 280 多亿美元，其中的榜首阿达木单抗，自推向市场后累计销售额已超千亿美元。近年来，国内外新获批的单抗药物品种也快速增长，单克隆抗体药物的相关知识产权成为了众多医药企业的“兵家必争之地”。知识产权法庭作为在最高司法层面统一审理专利等专业技术性较强的知识产权上诉案件的专业审判机构，知识产权法庭已经处于及时审理前沿创新领域技术专利的第一线。

本案专利申请的技术方案，简单的说就是一种利用人的天然的 V 基因片段，通过转基因技术在小鼠体内生产小型化抗体的方法。这里还需了解下本案的背景技术：抗体是机体由于抗原的刺激而产生的具有保护作用的蛋白质，人和绝大多数的哺乳动物的抗体都是有四条链，包括两条重链和两条轻链，而骆驼的抗体天然的只有两条重链，其相对于一般的四条链的抗体，更加小型化并具有更好的水溶性。而在研究人用抗体的生物制药领域，抗体小型化具有组织穿透性好、易表达、易改造、体内半衰期短等优点，而利用同物种的基因生产的抗体的话，抗体对该物种具有更低的免疫原性和更高的安全性。

#### 二、本案的核心问题：研发人员的专利申请是否具有创造性

本案的发明专利申请提交到国家知识产权局后，实质审查部门对其进行了审查，认为其不具有创造性，因而决定不予授权。申请人不服，向国家知识产权局提出复审申请。国家知识产权局复审与无效部门经过再审审查，仍然认为本专利申请不符合授权条件。其主要理由在于，第一，现有技术中已经有利用非人哺乳动物骆驼化的 V 基因片段进行异源表达生产抗体的技术方案。当抗体小型化和低免疫原性已是本领域普通技术人员努力研究探索的方向，该领域普通技术人员容易想到用“源自人的天然存在的 V 基因片段”替代“非人哺乳动物骆驼化的 V 基因片段”生产抗体。第二，确定发明所解决的技术问题时，要以本申请文件中已验证的技术效果为基础。涉案申请说明书没有公开使用人的天然存在的 V 基因片

段来生产小型化抗体的实验数据，其技术效果并未得到验证，在确定发明解决的技术问题时不予考虑，因此所解决的技术问题是“提供一种表达包含其他异源基因片段的异源重链基因座的仅重链抗体的方法”。申请人不服，向北京知识产权法院起诉，北京知识产权法院判决撤销国家知识产权局不予授权的复审决定，并要求其重新审查并作出决定。国家知识产权局不服，向最高人民法院知识产权法庭提起上诉。

国家知识产权局的主要上诉理由与其决定理由基本相同，其对应的也就是本案的争议焦点“本申请是否具有创造性”，包括两个具体问题：（一）本申请相对于对比文件 1 所要解决的技术问题；（二）对比文件 1 是否给出了“使用人的天然 V 基因片段生产仅有重链抗体”的技术启示。

三、本案的裁判亮点：各项授权标准各归其位与避免“事后诸葛亮”

在评估专利申请创造性时，一般运用“问题-解决方案”的思路。也就是说，先找到发明与现有技术的区别及该区别所能实现的效果，然后把这一效果当作需要解决的技术问题，判断为解决这一技术问题，该领域普通技术人员能够容易地想到专利申请的技术方案。如果面对该问题，该领域普通技术人员能够容易地想到专利申请的技术方案，则专利申请不具有创造性；反之，则具有创造性。因此，确定发明所要解决的技术问题以及判断该领域普通技术人员是否容易想到对于专利申请能否获得授权至关重要。

最高人民法院判决认为，国家知识产权局在评估本案专利申请创造性时，在上述两点上均值得商榷。第一，关于发明所解决的技术问题。国家知识产权局以说明书未公开和验证制备人源可溶仅有重链的抗体的数据为由，实质上不认可本案专利申请与现有技术的区别，所概括的技术问题拉近了本案专利申请与现有技术的距离，在客观上混淆了创造性判断与说明书充分公开、权利要求应该得到说明书支持等不同法律标准，甚至有将说明书充分公开问题纳入创造性判断的倾向。本案旨在矫正这一偏向。

第二，关于创造性判断中避免“后见之明”的问题。“事后诸葛亮”是常见的心理认知误区：在一种新事物被发明出来以前，一般人很难想到它，但是一旦它被发明出来，事后看到它可能会感觉发明它非常容易。我们与发明似乎仅有一层“窗户纸”的距离，一旦那层“窗户纸”被捅破了，即便难度再大的发明我们也会认为比较容易。在判断专利申请创造性时，同样可能犯“事后诸葛亮”的错误。本案判决认为，国家知识产权局在判断本案专利申请是否具有创造性时，受到了“后见之明”的影响。判决对于创造性判断中如何避免“事后诸葛亮”给出了明确指引，对于保护、激发生物医药领域的科技创新具有重要意义。详细内容，感兴趣的朋友可以仔细阅读判决书，相信你一定会被判决书严密的逻辑和精彩的论证所折服的。

【周君 摘录】

## 热点专题

## 【知识产权】“绣花锦”商标，“回家”之后当如何？

近日，浙江省湖州市南浔区农业技术推广服务中心收到《关于第 16277983 号“绣花锦”商标无效宣告请求裁定书》，苏州康盛环保工程有限公司的“绣花锦”商标在新鲜蔬菜商品上被裁定予以无效宣告。历时数月，南浔区在这场商标“保卫战”取得了初步胜利。这“绣花锦”，究竟为何让南浔区苦苦“追寻”？

### “拿回绣花锦”初尝胜绩

绣花锦不是华彩锦绣，而是发源于南浔古镇的一种特产蔬菜，是南浔人民精心培育出的特色优良蔬菜品种，外形与普通青菜（小白菜）相似，但菜茎稍细，菜叶边缘有细细的锯齿形，叶面脉络像刺绣锦缎，故得此名。民间传说中，绣花锦是由西施洗过胭脂的水浇灌普通青菜而得的新品种，故又称“美女菜”。

作为南浔知名特色农产品，绣花锦是当地的一张金名片。为了更好地展示这张名片，自 2018 年 5 月起，南浔区计划申请注册“绣花锦”地理标志证明商标，从法律层面进行有效保护。然而，前期调研显示，早在 2015 年 1 月 30 日，苏州康盛环保工程有限公司便已提出“绣花锦”商标的注册申请，并于 2016 年 4 月 28 日被核准注册使用在新鲜水果、新鲜蔬菜、植物种子、自然花等商品上。

“苏州康盛环保工程有限公司的主营范围为环保治理工程设计与施工、环保治理技术开发转让及服务、环保治理设备销售等，所属行业、营业范围都与农林业产品相距甚远。”南浔区市场监督管理局市场监管科副科长施宛莎表示，该公司所处地与南浔直接接壤，同处太湖流域，对绣花锦系南浔特色农产品理应知晓，其注册行为在施宛莎看来带有主观恶意。

对此，南浔区迅速启动了一场“拿回绣花锦”行动。该区市场监督管理局和区农业农村局牵头，会同相关知识产权专业人士对商标法及商标法实施条例进行深入探讨，并通过图书馆及档案馆检索等多种途径，收集到史实记载、传说记载等多种证据材料。如根据《新民晚报》《解放晚报》《浙江省乡镇街道年鉴》《南

溇区旅游资源普查报告》等媒体报道及文献记载，“绣花锦”三字是南溇当地一种约定俗成的蔬菜通用名称，得到周边群众公认。在搜索引擎和社交媒体平台中搜索关于“绣花锦”的介绍，也几乎全部指向南溇独有的特色农产品。

基于此，南溇区农业技术推广服务中心于 2018 年 11 月提交了苏州康盛环保工程有限公司注册“绣花锦”商标无效宣告请求和佐证材料。在审查相关证据材料后，国家知识产权局商标局（下称商标局）认可了南溇区农业技术推广服务中心的申请，于今年 8 月 20 日作出《关于第 16277983 号“绣花锦”商标无效宣告请求裁定书》，宣告苏州康盛环保工程有限公司的“绣花锦”商标在新鲜蔬菜商品上无效。

### “丢失绣花锦”事出有因

“南溇绣花锦早在明朝时期便已具有一定知名度，以南溇镇方圆 20 公里内种出来的最正宗。烹调得当的南溇绣花锦香气扑鼻，口感软糯，曾一时风靡上海滩。但如今，南溇绣花锦却不‘香’了。”南溇区农业农村局农村建设与管理科科长姚学良说，现在绣花锦种植面积萎缩，大多都是散户在种，最多也就是几亩地，没有上规模的农业企业大面积种植，因此疏于管理，导致绣花锦在本地长期得不到有效保护，被他人顺利注册商标。

“在湖州与南溇绣花锦命运相似的，还有庚村洋桃、道场双塘雪藕、太湖百合等，均面临着种植面积萎缩，疏于管理等问题。”姚学良说，庚村洋桃是湖州传统的特色名果，至今已有上百年的种植历史；道场双塘雪藕，以糯、脆、出粉高而出名；太湖的百合，因种在太湖一带而出名，风味醇正，同山上百合不一样。这些均是湖州的传统农产品，具有明显的地域特色，可这些地标产品近几年均处于种植面积萎缩的状态。

姚学良认为，这些产品之所以呈现颓势，主要是因为对它们的宣传和销售组织不够，从而导致销售价格不高，销量不多，因而农民种植的积极性不高。此外，没有上规模的农业企业大面积种植，也是这些名特产品种植面积萎缩非常重要的

原因。

## “重振绣花锦”任重道远

“阻击他人注册商标只是我们‘重振绣花锦’行动的第一步。”施宛莎说，南浔区目前正加速整理、归纳地理标志产品客观存在及信誉情况、所标示地域范围划分、特定品质受特定地域环境或人文因素决定的说明等9项证明材料，准备向商标局提交“绣花锦”地理标志证明商标的注册申请，以法律支撑促进特色农产品质量及市场竞争力双提升，从而重扬绣花锦美名。

施宛莎介绍，不仅仅是绣花锦，针对此次本土产品被异地企业注册商标事件，当地将开展全域商标注册保护专项调研排摸，从本土品牌保护意识不强、注册商标总量不大等问题切入，启动全区成长型商标品牌防御性保护行动，确保工作端口前移，提前介入指导，进一步做优品牌商标和特色产业。“我们还将建立南浔区知识产权司法保护一体化协同平台，构建由区人民法院、检察院、知识产权局等部门组成的知识产权协同保护服务网络，开展联动执法和专项维权行动。”施宛莎说，南浔区将进一步完善事先防御系统，通过扩充“成长性商标品牌保护库”、开展知识产权实时监测等举措，全方位构筑知识产权保护体系。

“要想重扬这些名特产品美名，即使我们能成功注册地理标志商标，也还远远不够，还需要引领本土特色农产品向商品化、标准化、品牌化方向发展，发挥地理标志产品的价格优势、品质优势，以此辐射带动全区特色农业加速发展，助力农业增效、农村增绿、农民增收。只有这样，我们才能更好地保护这些名特产品。”施宛莎说。

本文来源：中国知识产权报/中国知识产权资讯网

**【黄春牡 摘录】**