



*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

# 第五百零六期周报

## 2022.08.01-2022.08.06

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】华谊兄弟公司与这家影城起纠纷，只因……
- 1.2 【专利】苹果商店游戏版号新政之深度解读
- 1.3 【专利】全国知识产权系统持续发力，营造良好营商环境
- 1.4 【专利】专利战再升级，宁德时代醉翁之意不在酒？
- 1.5 【专利】西藏自治区全面推行专利电子证书服务工作
- 1.6 【专利】专利转化的问题、动力与机制

## ● 热点专题

- 【知识产权】创新还是伪创新？技术创造性才是硬道理！

# 每周资讯

【商标】华谊兄弟公司与这家影城起纠纷，只因……



对要求停止侵权的律师函置之不理，算不算恶意？个体工商户商标侵权，是否也能适用惩罚性赔偿？

近日，上海知识产权法院审结一起涉“华谊”商标的惩罚性赔偿案件，二审判决驳回了辽宁省本溪市平山区时代华谊影城（下称时代华谊影城）的上诉请求。至此，该影城侵犯华谊兄弟传媒股份有限公司（下称华谊兄弟公司）商标专用权及不正当竞争的事实最终成立，法院适用惩罚性赔偿判令其赔偿华谊兄弟公司相关经济损失及维权合理开支 90 万余元。

## “华谊”之争因何起？

该案双方当事人主要为华谊兄弟公司与时代华谊影城。其中，时代华谊影城成立于 2017 年 12 月，系个体工商户。华谊兄弟公司成立于 2004 年，并于当年开始，陆续在第 41 类电影制作、电影放映等服务上申请注册了“华谊兄弟”“华谊”等商标。2014 年，“华谊兄弟”曾在电影制作、节目制作服务上被认定为驰名商标。2010 年 6 月，首家华谊兄弟影院开业。截至 2019 年 4 月，该公司已经建成并投入运营的影院达 30 家。

2019 年 6 月，华谊兄弟公司发现，时代华谊影城不仅在实体店的店铺招牌、内部装潢、海报上使用了“华谊影城”标识，还在大众点评、淘票票等售票平台中使用了与华谊兄弟公司注册商标相近似的“本溪华谊国际影城”进行宣传和经营。同年 8 月，华谊兄弟公司向时代华谊影城发出律师函，要求该影城立即停止侵犯其商标专用权及不正当竞争行为、变更企业名称、公开声明、赔偿经济损

失 400 万元等。但时代华谊影城在收到律师函后未作回应。2020 年 1 月，华谊兄弟公司将时代华谊影城与大众点评平台经营者上海汉涛信息咨询有限公司起诉至上海市浦东新区人民法院，提出的诉讼请求与上述律师函中载明的要求大体一致。

一审中，时代华谊影城对华谊兄弟公司的主张不予认可。时代华谊影城辩称，其仅将“华谊”作为企业字号使用，未作商标使用，而且经营时间较短，投入成本高，收益较少，不存在获利情况。同时，影城作为特殊行业，收益的取得与影城名称并无关联，故使用“华谊”并未给其带来较大的影响力及收益。

上海市浦东新区人民法院经审理认为，影片制作与电影放映产业上下游关系紧密，华谊兄弟公司的“华谊”商标具有较高知名度，时代华谊影城在其服务中使用该标识，可能导致相关公众在线购票、进入影厅观影、餐饮消费时误认为其与华谊兄弟公司存在特定联系，进而导致混淆，故其上述行为构成对华谊兄弟公司注册商标专用权的侵犯。法院同时认为，时代华谊影城在无正当理由的情况下，将华谊兄弟公司的注册商标作为企业名称中的字号使用，具有明显攀附其商誉的主观恶意，而且客观上造成了对公众的误导，故认定其行为构成不正当竞争。

在此基础上，法院依据时代华谊影城侵权情节，适用惩罚性赔偿，最终判决时代华谊影城立即停止商标侵权及不正当竞争行为，变更企业名称，并赔偿经济损失及维权合理开支。

一审宣判后，时代华谊影城向上海知识产权法院提起上诉，但未获支持。

### **惩罚性赔偿怎么定？**

该案二审中，关于时代华谊影城的侵权行为是否存在“恶意”的争论较为激烈，因为这关系到该案能否适用惩罚性赔偿。

时代华谊影城在上诉中提出，虽然其收到过律师函，但是其为个体工商户，没有专业的法律意识，而且律师函并不具有认定侵权的法律效力，一审法院仅以律师函就认定其恶意侵犯商标专用权，这种判定明显缺乏相关依据。同时，假设其存在侵权行为，但情节较轻、经营规模较小、经营时间较短、在当地影响力较小，未对华谊兄弟公司造成严重影响，其行为并不符合侵犯商标专用权的情节严重要件。

对此，二审法院经审理认为，时代华谊影城并非先于所有涉案商标使用被诉侵权标识，而且在其使用被诉侵权标识时，华谊兄弟公司主张的部分涉案商标已经取得较高知名度，时代华谊影城应当对此知悉但仍然继续使用被诉侵权标识，理应承担侵权责任。同时，华谊兄弟公司早在 2006 年便已在电影制作等服务上注册“华谊”等商标，时代华谊影城没有正当理由擅自将与涉案商标相同的标识作为字号使用，主观上攀附华谊兄弟公司商誉的恶意明显，足以使相关公众误以为其与华谊兄弟公司存在特定联系，构成不正当竞争。

惩罚性赔偿的适用是近年来知识产权侵权案件的热点问题，该案就是一个比较典型的案件。“惩罚性赔偿的适用需要同时满足‘故意侵权’和‘情节严重’两个要件，而并未包含侵权方企业类别。该案对个体工商户同样适用惩罚性赔偿，正体现了这一制度的威慑力。”上海邦信阳中建中汇律师事务所律师顾子皓介绍，关于“故意侵权”的认定标准，《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事案件适用惩罚性赔偿的解释》第三条明确，应当考虑被侵权客体类型、权利状态和相关产品知名度、被告与原告或者利害关系人之间的关系等因素，具体包括权利人通知、警告后仍继续实施侵权行为等情形。

“该案中，华谊兄弟公司起诉前曾经委托律师向时代华谊影城发送律师函要求停止侵权，但时代华谊影城仍然继续经营，而且至开庭时仍然未停止侵权，属于上述司法解释中列举的可以被认定具有侵权故意的情形。”顾子皓表示。

同时，此类案件中，惩罚性赔偿基数的认定通常是难点。该案的特别之处在于，法院在双方共同确认同类影城品牌特许经营收费模式及基础加盟费的情况下，综合考虑涉案商标知名度、基础加盟费、影院量级、经营持续时间、地域范围、影院票房排名及新冠肺炎疫情影响等因素，确定商标许可使用费数额，并确定该数额3倍的惩罚性赔偿。“该案灵活适用了商标许可使用费的倍数这一计算依据，为后续的案件提供了参考。”顾子皓表示。

## 1.2 【专利】苹果商店游戏版号新政之深度解读

据报道，苹果在2020年7月向开发者发送邮件，载明，为了使开发者的付费游戏和有内购功能的游戏能在中国大陆的App Store上架，请在App Store中游戏页面的应用程序信息部分，输入批准文号和证明文件，然后提交更新。苹果将在7月31日进行重新审查，在7月31日以后，没有提交批准文号的游戏，将在中国大陆的应用商店下架。具体邮件如下[1]。

这一要求并非突发其来，准确地说，是苹果对其2020年2月提出的“中国区商店的游戏需要新闻出版主管部门批准文号”这一要求的后续跟进。以下是中国开发者披露的一则其2020年2月25日收到的苹果商店的消息，其中已经明确提出2020年6月30日是截止时间[2]。

因此，苹果商店2020年7月份发出的邮件只是给了开发者们一个月的宽限期罢了（从2020年6月30日宽限到2020年7月31日）。

上述 2 月和 7 月的通知/邮件中都提到，这是响应的中国法律的要求。这里的中国法律，最直接就是 2016 年 5 月发布的《关于移动游戏出版服务管理的通知》，根据该通知的规定，不管是国产游戏还是国外游戏，上线运营前都需要在新闻出版主管部门申领游戏出版物号，也就是通知中所说的“中国国家新闻出版总局颁布的批准文号”，即俗称的“游戏版号”。

不过，网络游戏需要游戏版号并不是 2016 年才开始的新规定。我们一起来回顾一下网络游戏管理体制的历史。

事实上，非联网的电子游戏，早年间就已作为电子出版物而纳入新闻出版主管部门的管理范畴。但是，新产品、新业务的发展常常领先于法律法规的规定，这在互联网时代是司空见惯的情形。

2002 年出台的《互联网出版管理暂行规定》虽然考虑到了“电子出版物”的“互联网发行”，却没有预计到今后风靡世界的是不需要“电子出版物”作为媒介的“网络游戏”[3]。而与此同时，根据 2003 年出台的《互联网文化管理暂行规定》，通过互联网传播、流通的“游戏产品”却一直被认为属于“互联网文化产品”，从而被纳入文化主管部门的管理范畴[4]。这也是网络游戏双部门管理的历史原因之一。

尽管如此，新闻出版主管部门始终强调其对网络游戏的管理权限，2009 年的《关于贯彻落实国务院〈“三定”规定〉和中央编办有关解释，进一步加强网络游戏前置审批和进口网络游戏审批管理的通知》规定，“将网络游戏内容通过互联网向公众提供在线交互使用或下载等运营服务是网络游戏出版行为，必须严格按照国家法规履行前置审批。新闻出版总署是中央和国务院授权的唯一负责网络游戏前置审批的政府部门”。这里的“前置审批”，指在经工业和信息化部许可通过互联网向上网用户提供服务之前由新闻出版总署对网络游戏出版物进行审批，“一旦上网，完全由文化部管理”[5]。

2010 年，文化部发布了《网络游戏管理暂行办法》，将网络游戏研发生产、网络游戏运营、网络游戏虚拟货币发行、网络游戏虚拟货币交易服务等经营活动纳入互联网文化的范畴，要求运营者必须持有相应的《网络文化经营许可证》，2011 年重新修订发布的《互联网文化管理暂行条例》也进一步完善了 2003 年《互联网文化管理暂行条例》中的“游戏产品”的定义，将“通过互联网传播、流通的游戏产品”调整为“专门为互联网而生产的网络游戏”，从而覆盖了大部分市面上的电子游戏产品。

从此，网络游戏走上了稳定的双部门管理的道路。不过，实践中，在执法层面，对手游的关注程度要晚于对端游的关注程度，这和游戏市场的发展轨迹也是一致的。

到 2016 年 2 月，几经周折的《网络出版服务管理规定》终于出台，取代了《互联网出版管理暂行规定》，在立法层面确立了“网络游戏上网出版前，必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请，经审核同意后，报国家新闻出版广电总局审批”这一要求[6]。这也正是 2016 年 5 月发布的《关于移动游戏出版服务管理的通知》最重要的法律渊源之一。

2019 年 7 月，由原文化部和国家旅游局合并而成的文旅部发出文旅部令，提出“……进一步推进‘放管服’改革……决定废止《网络游戏管理暂行办法》”，网络游戏方面的管理职能划转至国家新闻出版署。

从以上的梳理可见，网络游戏需要新闻出版主管部门的前置审批（之后才能获得游戏版号），对于市场而言，并不是一个新鲜的要求。事实上，主流游戏公司在这一点上都做得比较好，因为不获得游戏版号就上线，导致的风险难以估量。根据《网络出版服务管理规定》第五十一、五十二条，相关的行政处罚包括取缔、关闭网站、吊销《网络出版服务许可证》、没收违法所得、罚款（违法经营额超过 1 万元的，罚款幅度是违法经营额的 5 倍以上 10 倍以下）等等。如果是上市公司，还将受到证券监督部门的行政监管。2019 年末或 2020 年年初，深圳证监局对辖区某上市公司采取了责令改正的行政监管措施，原因之一就是在现场检查中发现其收购的游戏业务存在严重的版号违规情形，包括运营 100 多款无版号游戏[7]。

这也是为什么 2018 年游戏版号审批因新闻出版主管部门的组织机构变动而暂停后，“所有新游戏无法上线商业化，互联网千亿元产业几乎瞬间停摆[8]”。那么，苹果商店严格执行版号的要求，其带来的直接变化究竟是什么呢？

众所周知，版号申请的时间长度难以控制，而且，自从 2018 年教育部等八部门公开实施《综合防控儿童青少年近视实施方案》以来，国家新闻出版署开始进行总量调控，游戏版号更加物以稀为贵。在游戏发行中，一直存在着一些灰色区域，例如，套版号，换皮在多地同时申报版号，通过“游戏出海”暗度陈仓等。细心的读者们可能也发现了，有些报道中提到，“不过，一些游戏在上架海外其他地区时，同步勾选“上架中国区”的选项，即可无需版号同步在中国 App Store 上架。今后，这一做法也行不通”[9]。

可见，受此次新政影响最大的，是前述游戏（中国区苹果商店的收费游戏和附有内购程序的游戏）的两类开发者，一是国内的中小开发者，包括个人开发者，二是以中国市场作为目标市场的海外开发者（也包括那些“明修栈道暗渡陈仓”的国内开发者）。

对原本就苦于版号短缺的国内中小开发者来说，苹果严格实施版号政策，意味着其再不能依赖苹果的“网开一面”，但说到底，这本来就是他们应该遵守的法律要求。

对海外开发者而言，他们开发的游戏要获得新闻出版主管部门的版号，必须作为“境外著作权人授权的网络游戏”进行前置审批，无论在时间、金钱、管理上的成本都将大大增加。虽然宏观上说也有可能促进版号申请代理业务的繁荣，但对于某些并不是以中国市场作为主要市场的开发者而言，有可能就放弃这一市场了。

苹果商店为何在时隔四年之后（从 2016 年发布《关于移动游戏出版服务管理的通知》开始计算）开始落地执行这一政策，或者，更准确地说，为什么现在需要严格执行这一政策？

不妨从各个角度分析一下。

“游戏本身应获得版号，无版号的予以下架”，毫无疑问，这一政策一定会降低中国区上线的收费游戏的数量，从而影响苹果的收入分成，经济上并没有益处可言。

那么，对苹果而言，又有什么其他的好处呢，或者说，能避免哪些不利的后果？

应该说，这一新政将有利于降低商业上的风险。一般来说，对游戏分销平台而言，比较常见的可能导致其决定下架某个游戏的，一是内容合规问题，二是侵权问题。前者涉及平台的行政责任[10]，后者涉及平台的民事责任[11]。

对前者而言，从若干涉及苹果应用商店的侵权案件的判决结果来看，至少截止该等案件中所述事实的发生时间，苹果应用商店的运营主体并非苹果公司在中国境内的法律实体[12]。也就是说，严格来讲，苹果应用商店并不受中国法律（行政管理方面）的管辖。



当然，对一个在中国有大量用户以及关联实体的跨国公司而言，一个境外平台是否遵守中国法律，所考虑的并不仅仅是法律方面的因素，这是题外话，此处不多展开。

但是对后者而言，如果被侵权方为中国主体，在中国法院提起诉讼，《侵权责任法》等法律也一样适用于境外的侵权方。实践中常见的情形是，应用商店收到以权利方名义发送的律师函或其他函件，指出某游戏侵权，要求将该游戏下架。对应用商店而言，判断此类要求中所提到的游戏是否侵权就成了决定是否下架的关键。而要求游戏开发者提供版号，有助于应用商店作出这样的判断。

不过，必须说明的是，以游戏侵权为由要求下架的情形多种多样，包括发函者认为自己才是游戏的著作权人，或者，发函者并不质疑游戏开发者/提供者对游戏本身的权利，但是认为游戏侵犯了自己对其他作品享有的知识产权或其他权利（比如说，认为游戏的情节抄袭了自己的小说等）等等。根据游戏版号信息初步判断是否存在侵权，只能针对前一种情形。

在申请游戏版号时，著作权权利链文件是新闻出版主管部门的重要审查材料之一。对境外著作权人授权的网络游戏，还需要提供在国家版权局登记过的“著作权授权合同”。

可以初步判断的是，一个获得了新闻出版主管部门游戏版号的游戏，著作权整体权属方面应该问题不大。另外，新闻出版主管部门会在其官网公示审批通过的网络游戏，可以通过游戏的版号查询到对应的出版单位和运营单位。

因此，如果有其他方声称游戏的开发者/提供者并非游戏的著作权人，自己才是真正的著作权人，那么应用商店就可以根据其获悉的版号信息和新闻出版主管部门公布的版号信息、出版单位、运营单位等信息进行比对，初步判断这类诉求的可信度，避免盲目下架，造成损失。

以上是不是苹果决定严格实施版号政策的原因，我们不得而知；但无论如何，正如上文所介绍，虽然说版号问题本质上是行政管理问题，但鉴于版号申请程序中对内容、著作权权属、保护未成年人机制等进行了严格审查，对减少游戏的著作权争议，规范市场秩序是有好处的。2020年以来，游戏市场监管力度空前加强，苹果的新政策，可以说也是为此加了一把火吧。

**【胡鑫磊 摘录】**

### **1.3 【专利】全国知识产权系统持续发力，营造良好营商环境**

近日，《广东省优化营商环境条例》正式实施，为我国优化营商环境地方法规体系再添一块“拼图”。该条例结合《优化营商环境条例》等法律法规，对知识产权保护工作进行了细化。

经济平稳健康发展需要良好营商环境，知识产权保护是营造良好营商环境的重要方面。在我国大力优化营商环境的进程中，多项法律法规及政策措施陆续出台，各地纷纷对知识产权工作作出部署。

姚立辉 制图

### 健全法治化环境

优化营商环境需要发挥法治固根本、稳预期、利长远的保障作用。2020年1月1日，《优化营商环境条例》正式施行，这是我国优化营商环境的第一部综合性行政法规。《优化营商环境条例》中提出，国家建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度，推动建立知识产权快速协同保护机制，健全知识产权纠纷多元化解机制和知识产权维权援助机制，加大对知识产权的保护力度。

随后，各地方相关条例也陆续出台，除切实贯彻执行《优化营商环境条例》中的各项条款外，各地结合实际需求，立足地方特色，在知识产权方面提出相应条款。全国上下为全力打造稳定、公平、透明、可预期的法治化营商环境卯足了劲。

在北京，“指派技术调查官参与专业技术性较强的知识产权案件诉讼活动”作为提高知识产权案件的审理效率和质量的 3 个措施之一，被纳入《北京市优化营商环境条例》中。该条例同时还提出推进繁简分流快速审理机制、依法扩大独任制审理案件范围等措施。

《江苏省优化营商环境条例》中提出，明确县级以上地方人民政府及其有关部门应当依法加强对市场主体的知识产权保护，加大知识产权违法行为查处力度，实行知识产权侵权惩罚性赔偿制度，建立健全知识产权快速协同保护机制。

河北、宁夏等地还规定，对侵犯市场主体知识产权或泄露市场主体商业秘密的行政机关、有关单位及其工作人员依法追责，通过对行政执法人员进行行为规制，全方位保护市场主体合法权益。

如今，我国法治化营商环境日趋完善，知识产权行政保护和司法保护从不断加强向全面从严转变，越来越多的外资企业选择中国作为处理知识产权纠纷的管辖地。据中国欧盟商会发布的《商业信心调查 2021》显示，半数以上受访企业认为中国知识产权执法力度“足够好”“非常好”。

### 推进“放管服”改革

优化营商环境，需要全面深入推进“放管服”改革，降低市场主体负担。近

年来，在全国知识产权系统的共同努力下，知识产权领域“放管服”改革不断取得突破，社会公众和创新创业主体的获得感和满意度明显提升。

去年，国家知识产权局印发《关于深化知识产权领域“放管服”改革优化创新环境和营商环境的通知》，部署6方面16项改革举措，在更大范围、更宽领域、更深层次上，进一步深化改革，激发创新动力。配合开展中国营商环境评价知识产权指标考评有关工作，发布2020年中国营商环境评价知识产权指标评价结果。牵头落实《国务院关于开展营商环境创新试点工作的意见》中知识产权领域相关8项改革任务，聚焦市场主体和群众关切。发布《国家知识产权局公共服务事项清单（第一版）》，向社会公开知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条共49个具体事项的服务主体、服务内容和形式，推动实现“无差别受理、同标准办理”。

同时，国家知识产权局严把专利、商标审查授权关，以高质量审查促进高质量创造、高水平保护和高效益运用。在专利审查方面，通过进一步完善审查标准，不断优化审查模式，持续推进专利审查工作理念更新、技术革新、工作创新，不断提高审查质量和审查效率。在商标审查方面，聚焦主责主业，深化审签机制改革，持续推进商标审查提质增效。

### 加强便利化服务

“群众少跑腿，数据多跑路”，各类知识产权业务“一网通办”的初步实现，

让“便利化”落到了实处。以商标网上申请为例，国家知识产权局商标局副局长李昶近期在新闻发布会上介绍，商标注册便利化改革坚持“应上尽上”，已有37项业务实现网上办理。通过中国商标网，申请人可以享受商标查询、缴费、公告、裁文公开等“一站式服务”。截至今年5月底，商标注册业务网上申请率达到99.45%，网申用户数量达到27.9万人次。

在地方层面，北京率先构建数字赋能的高效便捷政务服务体系，以标准化规范化便利化为导向，以区块链等新一代信息技术为抓手，加快数字政务建设，着力推进减环节、减材料、减时限、减跑动，实现更多政务服务事项网上办、掌上办、一次办，用制度和技术的落实让市场主体和群众依规办事不求人。

湖北省人民政府办公厅印发《持续深化一流营商环境建设若干措施》，提出推进省级知识产权保护中心建设，支持襄阳、宜昌建设区域知识产权保护中心，为该省优势产业提供快速审查、快速确权、快速维权“一站式”解决方案。扩展中国（武汉）知识产权保护中心和中国武汉（汽车及零部件）知识产权快速维权中心的业务服务领域，延伸服务链条，提供更加高效、便捷、低成本的知识产权服务平台。

水美则鱼肥，土沃则稻香。我国将加强知识产权全链条保护作为营造良好营商环境的重要方面，为中外企业在中国投资、创业和兴业吃下了“定心丸”。在促进我国营商环境迈向更高水平的过程中，知识产权将大有可为。

【孙琛杰 摘录】

#### 1.4【专利】专利战再升级，宁德时代醉翁之意不在酒？

中创新航又双叒被宁德时代告了，这场“新能源专利案”几时休？

近日据多家媒体报道，针对中创新航专利侵权，宁德时代再度起诉中创新航，索赔金额 1.3 亿元，目前福建省高院已受理。与此同时，宁德时代已正式向法院起诉中创新航不正当竞争，索赔 500 万元。

真是一波未平，一波又起。双方上一次专利战还未宣告落幕，如今这又有新的官司加入。

此前因中创新航侵犯 5 项专利，宁德时代向福州市中院起诉要求中创新航支付损害赔偿金 1.85 亿元。而在今年 5 月，宁德时代认为“由于诉讼产品金额巨大”，将赔偿金额提升至 5.18 亿元。

加上此次纠纷，宁德时代与中创新航的专利诉讼索赔金额已达到 6.48 亿元。

如此庞大的索赔金额，也引来业界律师围观，其中不乏有声音，“目前司法实践中还没有这么大金额的判赔案例。”从这个层面来看，这次纠纷无疑开创了人类历史先河。

一方是动力电池行业龙头老大哥，一方是异军突起的业界“黑马”，这一仗，似乎是必然。

对于中创新航而言，这 6.48 亿的索赔金额，相当于去年净利润的 6 倍。

这还不是最严重的，更可怕的莫过于影响上市进程。据北京威诺律师事务所主任杨兆全表示，“如若中创新航在本次专利诉讼中败诉，相关产品可能将面临禁售的后果，同时若是该部分产品属于拟 IPO 企业的核心产品和技术时，将对拟 IPO 企业的经营造成严重障碍，很可能会暂缓甚至终止企业上市”。

这一仗，中创新航胜算几成？

**“利益至上”，专利战进入“白热化”**

不知不觉，这场专利战已打了一年之久。

去年 7 月以来，因中创新航侵犯了“正极极片及电池”“防爆装置”“集流构件和电池”“锂离子电池”“动力电池顶盖结构及动力电池”5 项专利，宁德时代先后向福州市中院提起诉讼申请。此后据今年 3 月中创新航在向港交所提交的招股说明书中提到，“中创新航向国家知识产权局提起上述五件专利的无效申请。经评估后，公司董事认为此案件申请索赔缺乏理据，不会对公司的整体业务、财务状况或经营业绩产生重大不利影响。中创新航正在准备提出抗辩”。

但据国家知识产权局作出的审查决定，对宁德时代的“防爆装置”专利维持全部有效，对“集流构件和电池”专利维持部分有效。这也就是说，两者的专利之争就体现在另外三项上。

中创新航随后撤回上述三项针对宁德时代的专利无效申请。彼时宁德时代还公开表示，“保护知识产权就是保护创新；电池是高科技行业，为了促进行业健康发展，宁德时代一方面尊重第三方知识产权，愿与行业参与者就知识产权授权许可保持沟通合作，另一方面也会重拳打击恶意侵权行为，维护市场良性竞争”。双方的“口水战”就此打响。

本以为这场无硝烟的战争就此作罢，然而事件却愈演愈烈。此后 7 月 27 日中创新航在微信公众号上发布声明表示，“诉讼和涉案专利无效仍然处于审理阶段，尚无生效判决”。

## 声明

中创新航 2022-07-27 09:30 发表于江苏

近期，媒体上出现了一些关于专利争议的不实信息，引起各方关注。在此，公司声明如下：

目前，诉讼和涉案专利无效仍然处于审理阶段，尚无生效判决。

“保护知识产权就是保护创新”，但打着“保护创新”的旗号，利用涵盖在先公知公用技术的无创新性专利，对同行业行恶意打压之实，违背专利法“促进科学技术进步和经济社会发展”的立法宗旨。

对上述严重危害产业发展的行为，公司会通过合法合规的方式，坚决为产业发展扫清障碍。

中创新航科技股份有限公司  
2022年7月27日

与此同时，还直指“宁德时代打着‘保护创新’的旗号，利用涵盖在先公知公用技术的无创新性专利，对同行业行恶意打压之实，违背专利法‘促进科学技术进步和经济社会发展’的立法宗旨”。对此，中创新航还表示“会通过合法合规的方式，坚决为产业发展扫清障碍”。

当然，宁德时代也不会“坐视不管”，表示，“我们工程师熬秃头写出来的专利，不能想偷就偷。要推动产业发展，是靠抄袭，还是靠自主创新及专利授权的有序生态？如果申请专利授权我们不给或漫天要价，那说阻碍产业发展还有道理，但若通过挖人、直接抄袭偷专利，我们会依法维权”。

宁德时代又在不久前重新收到了新的无效请求，并表示：“此前中创新航 5 件涉诉专利无效请求，并无一件成功，法院已经开始实质审理阶段”。部分案件将于近日开庭。

值得一提的是，宁德时代此次还以不正当竞争为由向法院起诉中创新航，索赔 500 万元。

无独有偶，中创新航并非宁德时代唯一“眼中钉”，近三年来宁德时代同样对塔菲尔新能源、蜂巢能源等电池企业发起“进攻”。



据公开资料显示，同样因专利权纠纷，宁德时代多次起诉菲尔新能源，索赔金额超 2 亿元；又因不正当竞争，宁德时代起诉蜂巢能源。

对此，上海正策律师事务所牛炬钦律师表示，“宁德时代起诉塔菲尔、中创新航侵犯其专利权，起诉蜂巢能源不正当竞争，这一系列的诉讼，其本质在于企业对新能源市场的争夺。宁德时代依靠其大量的研发投入，积累了大量的核心基础专利，利用其领先的技术和人员优势，构建起市场竞争优势的壁垒。而随着新能源市场的入局者越来越多，势必会对宁德时代的市场占有率造成一定的影响。因此，宁德时代发起多起专利诉讼，正是为了保持其市场竞争的领先。”

### 成本扰动，加剧动力电池行业竞争

动力电池行业这块大蛋糕，随着进入的企业越来越多，竞争的激烈程度可想而知。

作为装车量最多的老大哥，宁德时代如今倍感“焦虑”。

据中国汽车动力电池产业创新联盟最新数据显示，2022 年上半年中国动力电池累计装车量同比增长 109.8% 至 110.1GWh，其中宁德时代装车量为 52.5GWh，占比 47.67%。宁德时代虽然仍居首位，但较去年底的 52.1% 已被侵蚀 4.43%。

宁德时代市场份额的下滑与磷酸铁锂电池的崛起不无有关。

要知道，宁德时代主打高镍三元电池，但磷酸铁锂电池凭借着成本优势逐渐受到车企青睐。

在原材料价格成本不断上涨之际，磷酸铁锂电池的优势愈发明显。

据悉，在上月举行的 2022 世界动力电池大会上，宁德时代董事长曾毓群表示，“上游原材料的资本炒作给动力电池产业链带来了短期的困扰，碳酸锂、六氟磷酸锂、石油焦等锂电池上游材料均出现价格暴涨”。此外广汽集团董事长曾庆洪也表示，“（原材料价格）太高了，不是一般高，（而且）市场供应紧张与产业链过剩并存。”

成本压力传导至利润，使各家电池企业业绩承压，大部分陷入“增收不增利”。

以宁德时代、亿纬锂能、国轩高科三家电池企业为例，2022 年一季度分别实现营收 486.78 亿元、67.34 亿元、39.16 亿元，增幅都在 120% 以上，但同期净利润分别为 19.75 亿元、4.78 亿元和 0.36 亿元，同比降幅均在 19% 以上。

### 醉翁之意不在酒，索赔事小，拖延上市进程事大

难道宁德时代真的在乎这 6.48 亿元的索赔金额吗？

在笔者看来，醉翁之意不在酒。

自 2018 年上市以来，宁德时代股价一跃而起，腾空直上，由上市时的最低价 30.05 元/股暴涨至如今近 500 元/股，股价涨了近 16 倍，目前市值更是高达万亿。



资料来源：富途牛牛。

再来看宁德时代最新业绩表现。近年来收入、利润持续双涨，2019年至2021年分别实现营收457.88亿元、503.19亿元、1,303.56亿元，同比分别增长54.63%、9.90%、159.06%；同期利润总额分别为57.61亿元、69.83亿元、198.87亿元，同比分别增长37.00%、21.21%、184.81%。

无论从市值看，还是从利润看，这6.48亿元对于宁德时代而言都无关紧要。但为何还要“死咬着”中创新航不放呢？

一位锂电行业资深人士解释称，“中创新航现在是不利一方，但侵权行为从司法角度很难界定，宁德时代需要扎实的举证，宁德时代本意可能也不是胜诉，而是拖慢中创新航的上市进程，如果这样中创新航后面压力就会很大，因为他们最后几轮融资都是有时间期限的”。

反观中创新航财务表现，刚刚扭亏为盈。据招股说明书显示，中创新航2019年至2021年分别实现营收17.34亿元、28.25亿元和68.17亿元，不足宁德时代的6%；同期净利润分别为-1.56亿、-0.18亿和1.12亿元。

这6.48亿元，虽然对宁德时代而言不痛不痒，但对中创新航来说确是一笔巨额费用，相当于其2021年净利润的6倍。

中创新航之所以要选择上市，因为它深知，不断扩大的朋友圈以及加速产能扩张，才是从宁德时代“虎口夺食”的最强杀手锏。

正如业内人士表示如此，“如果公司能够成功上市，将在一定程度上缓解产能建设方面的资金压力。而如果败诉，中创新航面临巨额赔款和涉专利侵权产品停售风险，产能目标会更遥不可及”。

宁德时代这就是要把中创新航扼杀在摇篮中。

文|恒心

来源|博望财经

**【吴青青 摘录】**

## 1.5【专利】西藏自治区全面推行专利电子证书服务工作

近日，记者从自治区市场监督管理局获悉，截至目前，全区有效专利数量达 6229 件，同比增长 29%，其中有效发明专利 955 件；全区有效注册商标最新数据为 52369 件，同比增长 22.5%。

今年以来，在国家知识产权局的大力支持和业务指导下，国家知识产权局专利局拉萨代办处（以下简称拉萨代办处）认真贯彻“便民利民、优质高效”的服务理念，完善内部管理制度，健全质量管理体系，优化便民利民措施，提升公共服务质量和效率，业务量稳步增长。

据统计，2022 年 1—6 月份，拉萨代办处共接待专利咨询 134 人次，受理专利电子审查 175 件，专利优先审查 14 件，专利费减备案 357 件、为申请人节省各项专利费用 3 万余元，专利缴费 24 笔共 9.306 万元；接待商标业务咨询 453 人次，商标注册申请 215 件，商标地址变更 14 件，商标更正 1 件，商标续展 2 件，商标转让 14 件，商标许可使用备案 127 件，商标收费 206 笔共 6.7316 万元。

下一步，拉萨代办处将牢固树立窗口服务意识，热忱高效服务企业申办专利和商标，努力做到质量零差错、办结零逾期、服务零投诉。推进专利审查提质增效，加强专利审查前端意识形态风险管控，高质量完成审查任务，提升业务统筹管理能力。

同时，拉萨代办处将严格代办业务质量管理要求，采取有力工作措施，建立业务常态化培训机制，确保业务标准执行一致，质量稳步提升。

拉萨代办处将大力推广社会公众通过网上缴费、窗口缴费或通过银行汇款办理缴费业务，全面推行专利电子证书服务工作，提升纸件申请受理、专利权质押登记、专利实施许可合同备案、专利优先审查受理等业务办理时效，认真做好专利开放许可制度相关业务的受理、审查以及宣传培训工作。

在优化服务模式和业务流程方面，拉萨代办处将以“一窗通办”“一站式服务”等作为突破口，优化工作流程，压缩办理时间，提高服务效能，认真接待商标受理相关业务咨询，做好商标注册申请受理，商标变更、转让、续展等后续业务申请受理，注册商标专用权质押登记申请受理，不断提升市场主体和社会公众的获得感和满意度。

**【杨其其 摘录】**

## 1.6【专利】专利转化的问题、动力与机制

在我国专利产出大幅度增长的情况下，专利转化率并未实现同步提升，我国工业企业专利转化率呈下降趋势。我国的专利转化存在较大的市场需求与发展动力。专利的转化运用，需要有效的市场满足专利创造者与技术需求者的合作意愿，需要知识产权相关制度的保障与激励，也需要灵活的合作机制应对转化中的不确定性。其转化过程的关键因素，是不断合作尝试、反复试错后积累的市场信用。



专利转化有助于将技术渗透到产品制造及产业运行的各个环节，整体提升产业运行效率及产业竞争力，为经济发展提供内生动力。提升专利的转化能力，需要贯通知识产权创造、运用、保护、管理、服务的完整链条。事实上，在实践中仍存在专利转化难的问题，绝大多数专利难以进入转化环节，而进入转化尝试的专利又面临能否在市场取得成功回报的挑战。在我国专利产出大幅度增长的情况下，专利转化率并未实现同步提升，我国工业企业专利转化率呈下降趋势（大中型工业企业新产品项目数量与大中型工业企业专利申请数量的比值由2008年的0.99下降至2018年的0.43）。大量的专利创造仍无法为企业的创新发展、产品升级及竞争力提升提供充分的支撑。

我国的专利转化存在较大的市场需求与发展动力。如果知识产权创造、运用、转化形成高效的价值链条，与巨大的市场需求潜力相结合，可以实现持续的产业创新（刘大勇等，2017<sup>[1]</sup>）。一方面，中国的市场规模为新产品的出现、新技术的转化运用提供了基础条件，产生极大技术需求；另一方面，巨大的专利存量也形成技术供给潜力。但是，即使存在较大的技术需求与供给，技术转化过程仍可能无法顺畅实现。

### ● 市场信用积累促进 专利转化合作的机制

专利的转化运用，需要有效的市场满足专利创造者与技术需求者的合作意愿，需要知识产权相关制度的保障与激励，也需要灵活的合作机制应对转化中的不确定性。其转化过程的关键因素，是不断合作尝试、反复试错后积累的市场信用。

**以信用为基础的有效技术市场可以促进专利转化运用。**技术市场以技术作为要素进行创造、交易、定价和使用，是从事技术商品经营活动的场所，其以推动科技成果向现实生产力转化为宗旨，具体开展技术开发、技术转让和技术许可等。技术转化的过程伴随着大量的信息甄别与市场风险。市场不只是“空间场所”或“平台”，也仅被抽象地理解为一种供给、需求形成的均衡状态。市场是大量参与者群体决策、不断试错、发现机遇的过程，更是在上述努力后建立信任的过程。有了信用基础，才可能开展有效的合作、运用资源应对技术转化过程中的巨大不确定性，完成创造性的技术转化。

**市场信用与灵活的合作机制相结合可以强化市场制度的基础条件。**以 20 世纪 80 年代美国推动技术转化的《拜杜法案》为例，当时的美国经济面临滞胀的危机，《拜杜法案》促使大量科研成果产品化，为经济发展带来新机会，在技术的研发创造者与开发转化企业之间建立了一种合作机制：企业为技术转化提供资金支持，获得该技术的商业权，并不影响专利创造者继续进行研发的权利和条件；同时面对具有极大不确定性的转化过程，企业先向科研部门研发者支付前期资金，一旦转化成功，可以与研发者进一步分享巨大的市场收益。而这个合作机制形成的基础，正是众多参与者长期积累建立的市场信用。而无数次市场选择后的反馈与激励也促使企业和研发部门形成参与合作的博弈规则与市场共识，大量的竞争合作也进一步积累，市场信用基础由此强化。

**市场信用的不断完善，可以降低技术交易成本与转化壁垒，引导研发人员探索更多具有市场价值的专利成果，形成循环累积的专利转化动力。**当市场信

用激励更多适用于商业转化的专利技术产生并成功转化，市场中也会有更多人才、资金等资源被吸引，进一步扩大市场规模。在这些技术市场的参与者中，既有主导关键技术的大企业，也有众多中小企业通过参与转化、竞争进入市场的分工合作过程。技术转化驱动的产业长期成长可以形成不断丰富的创新体系和不断优化的创新生态。

知识产权制度及高质量服务可以进一步保障支持技术市场的运行。制度条件可以体现在知识产权相关政策、市场诚信机制、政府公共服务等几方面。知识产权制度和政策规定，包括充分的知识产权保护措施，以及明确的科技成果使用、处置和收益权界定，对高校及科研机构的专利转化形成激励和保障。专利转化过程中的市场诚信机制，有助于更好地建立信用基础，促进技术研发与市场需求的对接。政府公共服务与市场化服务有助于参与者将创新意愿付诸努力及配置资源，面对更小的摩擦力和更充分的“基础设施”，技术市场可以持续激发创新活力和提升转化效率（Liu et al., 2019a<sup>2</sup>, Liu et al., 2019b<sup>3</sup>）。

### ● 完善市场基础与制度条件的相关举措

在明晰专利转化成果的收益权处置权基础上，建立基于法律保障、商业信用与市场合作共识的知识产权诚信机制，通过灵活的专利转化合作方式与合约形式，提升专利转化效果。为此，笔者提出如下建议：

**完善对科研人员的贡献评价。**科研人员既是科技成果的创造者，也是专利转化运用的参与者。完善对高校和研究机构科研人员的工作贡献的评价，可以进一步引导创新的方向。比如，可以进一步明确科技成果使用、处置和收益

权并实施相关政策，同时可以适度提高专利转化运用在科研人员工作评价中的比重等。

**增强专利转化市场的信用基础。**推进专利转化过程的诚信体系建设，使专利转化市场形成良好的信用基础和共识。采取多种方式方法，完善诚信激励和失信惩罚机制。完善知识产权公共服务，以公共服务带动公益服务与市场化服务，进而形成既有法律保障又具有广泛认知基础的运用知识产权的诚信环境。

**探索多样的合约形式，创新专利转化合作模式。**在研发部门与企业之间的合约建立方式上，可以考虑灵活富有弹性的合约形式。例如，在技术转化初期，企业可以支付较低技术转让首付款，降低由于市场风险带来的合作难度，同时在不同的转化阶段确保由企业和研发者分享市场收益。

**提升对中小企业的专利转化服务质量。**中小企业可以通过技术许可、转让等途径承接研究部门专利的进一步试验、开发。针对中小企业在专利选择、转化过程中可能面临的信息不充分问题，政府提供及时的公共服务并引入市场化服务，考虑降低相关手续费用，同时在技术信息搜寻、专家咨询等方面提供支持。

**【侯燕霞 摘录】**



# 热点专题

## 【知识产权】创新还是伪创新？技术创造性才是硬道理！

近日，知识产权相关工作统计数据显示，2022 上半年，我国发明专利授权 39.3 万件，实用新型专利授权 147.3 万件，外观设计专利授权 38.3 万件。[1] 根据历年数据，企业持有的实用新型专利占比最高。[2] 当专利已不再稀缺，企业创新能力的比拼必将从专利数量转向专利质量。衡量专利质量的标准是什么？新颖性、创造性和实用性 [3] 三者缺一不可。但事实上，并不是所有专利都能符合这个标准，这就带来了许多争议。

### “伪创新”引发专利争夺战

资本的大量涌入，让许多创新领域里都存在“玩家”过多、资质良莠不齐的情况。当一般技术被越来越多公司掌握，产品逐渐同质化，创新成本不断增加，便会出现基于特定功能的“专利混战”。

以扫地机器人领域为例，我国作为扫地机器人产业全球最大的市场，竞争愈发白热化。专利权成为了赢得市场竞争的重要保障之一。于是，围绕专利而发生的争夺战就成为了常态，也是行业玩家们日常博弈的“赛场”。

2021 年 10 月，美国专利局（PTAB）判决 iRobot 起诉 SharkNinja 侵权其扫地机器人六项专利指控中的最后一项专利无效。视线转至国内，近期，据国家知识产权局官网信息披露，国家知识产权局专利复审与无效审理部已对云鲸科技拥有的 3 件专利出具了专利权全部无效的决定。而事情的起因，是云鲸在此前曾对扫地机器人龙头品牌科沃斯提起专利侵权诉讼，而随着专利的所有权利要求被认定无效，原诉讼也就不复存在。

相关文件显示，云鲸被判无效的专利中，有一项名为“驱动轮和清洁机器人”主要核心技术点是机器人驱动轮胎表面的花纹。但现有技术中关于轮胎花纹的设计已经是非常成熟的技术了，该项技术在技术的新颖性和创造性上都缺少支持。

在大众的认知中，产品是否拥有专利一定程度上反映了品牌的创新能力，进而影响他们的购买决策。为了获得更好的市场影响力，一些品牌便会以专利为导向进行研发，以“换汤不换药”的“伪创新”来申请专利，并在宣传时以“专利”为卖点。这种缺乏对用户需求深入研究和判断的研发方式，容易浮于表面，不易有真正的技术创新，并且容易陷入同质化，这也在一定程度上导致了“伪创新”的层出不穷和专利战的频发。

在专利争夺战中，只有技术创造性才是硬道理。创新还是“伪创新”，看似是专利认定标准的问题，但背后折射的是企业的研发能力。

### **研发实力撑起专利“保护伞”**

在技术创新的竞争中，企业必须清醒地认识到一点，谁都不能绕过专利战，企业需要不断通过技术积累来增加砝码，提升专利质量，持续争夺市场高地。

因此，撑起专利“保护伞”已经成为了科技企业的必备技能。技术创造性要求越高的行业，对专利保护的重视程度必然越高。一方面，企业要构建完备的知识产权保护体系，在申请新专利之前，开展严格的专利排查，以避免可能出现的侵权风险。另一方面，专利“保护伞”的内核必须是高质量的技术创新，而不是功能同质化的“伪创新”。

真正的高质量创新，往往是直击消费需求的，甚至可以开创新品类并引发行业追随。2007年，苹果公司基于对用户潜在需求的洞察，在十年的潜心研发后推出了第一代 iPhone 手机，开启了智能手机的新时代，时至今日仍然影响着手机行业的发展。大疆率先洞察了消费级无人机领域的广阔市场，持续发布了全球首款航拍一体机、专业一体化多旋翼飞行器、自带 4K 相机的可变形航拍器等创新产品，占据了全球无人机市场中 80% 的份额。科沃斯不断基于对消费者真实需求的洞察持续进行机器人品类开拓，开创了机器人“扫拖一体”的先河，并利用核心技术进行跨品类赋能，2021 年更是将自然语言交互引入了更广泛的服务机器人领域。

而影响行业发展的成就从来不是一蹴而就的，高质量创新的背后，是品牌持续的投入与努力。创新是一个漫长过程，不仅需要不懈摸索和积累，正视创新的难度，建立起科学的创新管理体系也尤为重要。科沃斯正是这样一个拥有体系化创新实力的企业，不仅有需求导向的技术

预研，以确保能够不断推出击中消费者痛点的产品；更有集核心技术领域基础研究与产品创新为一体的产品研发机制，围绕机器人的功能性能和交互，结合硬件与软件，科沃斯始终“不设限”地进行产品研发。

这样高质量的专利创新，是真正对产业有益的，能帮助企业把主要精力持续投入在更进一步的产品研发和品牌护城河建设中，形成良性发展。

任何一个行业的长期健康发展，都需要推陈出新。企业既要尊重他人知识产权，也要保护自己的知识产权，并行不悖。而在主张专利权时，首先也要先向自己发问，它，是真的创新吗？

---

**注释：**

[1]<http://finance.people.com.cn/GB/n1/2022/0712/c1004-32473212.html>

[2]根据国家知识产权局官网公布数据 <https://www.cnipa.gov.cn/col/col61/index.html>

[3]根据专利法第 22 条规定

**【任宁 摘录】**