



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

第五百九十一期周报

2024.09.22-2024.09.28

网址: <http://www.hangsome.com>

上海市徐汇区凯旋路3131号明申中心大厦1906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】从《黑神话：悟空》看 3A 游戏的打造及知识产权保护——盘点“黑悟空”的知识产权布局（商标篇）
- 1.2 【专利】加速专利产业化 解锁发展新红利
- 1.3 【专利】华为一实用新型专利，被宣告无效
- 1.4 【专利】国家知识产权局召开党组会议对党纪学习教育进行总结
- 1.5 【专利】广州知识产权法院发布涉数据权益知识产权司法保护典型案例
- 1.6 【专利】“一案两请”中同样的发明创造的认定
- 1.7 【专利】专利转化运用工作会议暨专项行动推进机制第三次全体会议在京召开
- 1.8 【专利】全球 5G 标准必要专利排名出炉：中国企业占据半壁江山，华为、中兴、小米成国产三强

● 热点专题

- 【知识产权】仿冒知名化妆品包装装潢构成不正当竞争

每周资讯

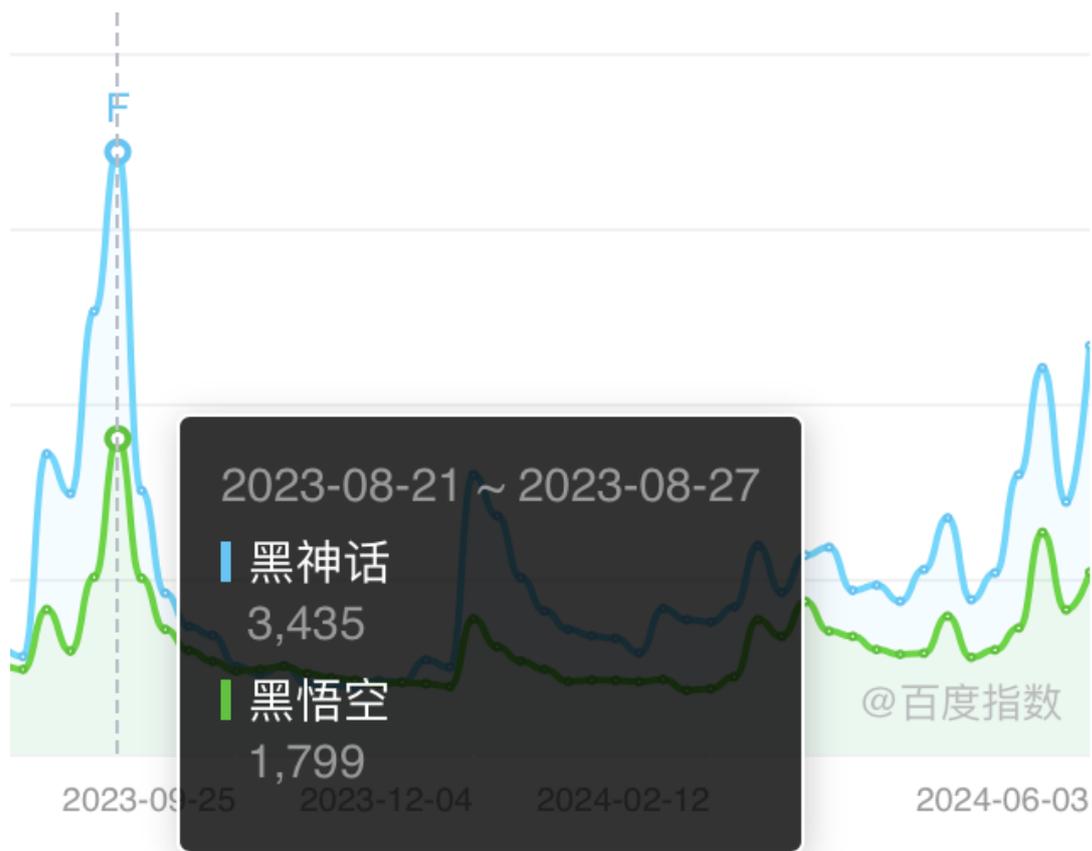
1.1【商标】从《黑神话：悟空》看 3A 游戏的打造及知识产权保护——盘点“黑悟空”的知识产权布局（商标篇）

一、关于简称“黑悟空”

1. “黑悟空”的商标布局情况

不限于游戏圈的用户，产品/商品的重度爱好者都喜欢对各种名称起“简称”“昵称”，这种简称的流行程度有时候甚至超过原本名称，譬如用“王者”或“农药”指代《王者荣耀》、用“LOL”指代《英雄联盟》、用“吃鸡”指代《绝地求生》、用“OW”指代《守望先锋》等等。究其原因，一部分原因是便于称呼，另外大概有表示喜爱/调侃的意味。不论如何，这类“简称”“昵称”往往来源于玩家，很多时候超出了企业最开始的设想以及商标布局计划。

回到“黑悟空”，虽然作品的官方名称是《黑神话：悟空》，但是在大量媒体报道中、新浪超话、玩家评论等等使用“黑悟空”指代《黑神话：悟空》，结合百度指数来看（参见下图），8月21日这天的“黑悟空”的检索指数大概是“黑神话”的一半，用“黑悟空”来指代《黑神话：悟空》不论是官方还是非官方口径都已非常常见。



我们再看游戏科学对于游戏中名称的商标布局时间线。根据国知局官网的公开数据显示，游戏科学最早于 2018 年 4 月 1 日开始就《黑神话：悟空》进行商标布局，这个时间段布局的商标主要为第 9、28、35、41、42 类别的“黑神话”以及英文“BLACK MYTH”（推测一下，彼时恐怕尚未确定“黑神话：悟空”这个游戏名称，而可能是“黑神话”），2020 年 6 月 20 日进行第二次布局，这个时间段的商标主要为相同类别的“黑神话悟空”，同年的 8 月 31 日进行了“黑神话+”的补充商标注册（可能是为了后续系列游戏开发进行的储备注册），包括“黑神话小倩”“黑神话钟馗”“黑神话姜子牙”等等，2020 年 9 月 15 日之后，开始大量在各种商品/服务类别补充注册“黑神话悟空”“黑神话”，一直到 2021 年 3 月终于出现了“黑悟空”的商标注册信息。

从上述的布局时间线来看，游戏科学最开始就游戏中的主要名称进行商标布局时，没有考虑到“黑悟空”这种简称，甚至布局了类似“黑神话小倩”，也没有直接相关的名称关注到“黑悟空”，笔者推测“黑悟空”最开始并不在游戏科学

的商标布局范围内。回顾“黑悟空”指代《黑神话：悟空》由来，其最早可能是2020年8月20日《黑神话：悟空》短暂的实机演示展示后引起热议，出现了“黑悟空”指代《黑神话：悟空》的叫法，游戏科学可能是注意到这个舆论，在接下来2021年3月的商标布局中对“黑悟空”进行了大量的注册，现就公开渠道能检索到的“黑悟空”的注册信息已有45枚，全品类注册。

参考“伟哥”与“万艾可”爱恨情仇的案例，笔者建议企业在进行商标布局时，需要时时关注游戏社群、玩家群体以及媒体的评论和言论，及时对商标的昵称、简称进行补充注册。

2. 假设“黑悟空”没有进行商标注册，他人是否可以使用“黑悟空”？

游戏科学在后续的商标注册中补足了“黑悟空”的商标注册的空白，但是很多时候由于企业对于舆论、社区文化关注不够，或者知识产权保护意识不足，没有及时进行商标注册。这时，如果被竞品使用了游戏“简称”“昵称”，是否还有机会维权呢？答案是有的，但是仍然优先推荐进行商标注册，这是成本最小保护最强的方式，真要是做不到，也还是有其他费时费力的保护路径。

① 主张“黑悟空”构成“黑神话：悟空”的近似商标

参考2020年修正的《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第九条第二款“商标近似是指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，其文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者其各要素组合后的整体结构相似，或者其立体形状、颜色组合近似，易使相关公众对商品的来源产生误认或者认为其来源与原告注册商标的商品有特定的联系。”第十条“人民法院依据商标法第五十七条第（一）（二）项的规定，认定商标相同或者近似按照以下原则进行：（一）以相关公众的一般注意力为标准；（二）既要进行对商标的整体比对，又要进行对商标主要部分的比对，比对应当在比对对象隔离的状态下分别进行；（三）判断商标是否近似，应当考虑请求保护注册商标的显著性和

知名度。”

“黑悟空”与“黑神话：悟空”均为文字标识，其中有三个字完全相同，同时考虑到“黑神话：悟空”的知名度以及媒体和玩家将“黑悟空”指代“黑神话：悟空”的情况非常普遍，在商标侵权案件中，认定构成近似商标的可能性还是非常高的。

譬如在《热血江湖》与“热江”游戏商标侵权案，一审法院认为：被诉游戏在游戏名称、游戏服务器上使用“热江”“十年热江”字样，并用于宣传推广，即用于经营活动、宣传推广等商业活动中，足以起到识别被诉游戏来源的作用，因此构成商标性使用。……判断商标是否近似，应当考虑请求保护注册商标的显著性和知名度。本案中，字面上看，“热江”“十年热江”中虽仅有“热江”二字与涉案商标“热血江湖”相同，但结合中清龙图公司提交的证据可以看出，中清龙图公司在针对涉案游戏的宣传推广中亦有“十年热江”的宣传语或以“热江”指代涉案游戏，加之，涉案游戏与被诉游戏均为角色扮演类手机游戏，而证据显示亦有用户对两款游戏实际产生了混淆，故被诉游戏在游戏名称、游戏服务器中使用“热江”“十年热江”，极易使相关公众对游戏的来源产生误认，或者误认为被诉游戏与中清龙图公司之间有特定联系，与涉案商标构成近似商标。二审维持原判。

② 通过《反不正当竞争法》进行维权

协力所代理的两件案件中有类似的认定，可以参考一二。

其一是笔者代理的《璀璨宝石》诉《宝石商人》桌游著作权侵权及不正当竞争案中，被告在销售涉嫌侵权桌游《宝石商人》时利用原告商品名称的部分“璀璨”进行宣传，一审法院认为：两被告在网店内销售《宝石商人》时，在商品的标题上使用“正版璀璨”“璀璨艺术”字样，同理鉴于上述对《璀璨宝石》知名度的分析，此行为容易造成相关公众产生与同类产品《璀璨宝石》具有关联关系的误

认。被告丹英公司作为专门从事游戏产品的经销方，亦应知道市场有同类游戏《璀璨宝石》的情况，两被告的行为具有攀附原告方产品商誉的故意，难言善意，因此两被告的行为构成虚假宣传的不正当竞争行为。

其二是《我叫 MT》诉《超级 MT》著作权侵权及不正当竞争案件中，就《超级 MT》的游戏名称以及小 T、小德、小劣、小呆、小馒角色的名称是否侵害《我叫 MT》动漫名称以及其中哀木涕、傻馒、劣人、呆贼、神棍德五个人物名称问题上，一审法院认为：原告《我叫 MT》游戏名称及相关五个人物名称在手机游戏上已构成知名服务的特有名称，各被告在明知这一事实的情况下，仍将其游戏命名为《超级 MT》，将游戏中五个人物形象命名为小 T、小馒、小劣、小呆、小德，并向用户提供，同时进行相关宣传，上述行为已违反《反不正当竞争法》第五条第（二）项的规定，构成不正当竞争行为。

③ 怎么厘清《龙珠超》里的“黑悟空”与《黑悟空》的关系？

2020 年 8 月之前，如果检索“黑悟空”对应的结果应该是《龙珠超》里的“黑悟空”，可能有人会问，游戏科学注册“黑悟空”是否有侵权《龙珠超》里的“黑悟空”的嫌疑？笔者认为尚不构成。

一方面，虽然《龙珠超》出现了“黑悟空”名称，且具有一定关注度，但是尚未达到构成商品化权的程度，当然商品化权表述并不存在于我国现行法律当中，但其确实很多案件中隐藏 boss。譬如“功夫熊猫”商标案件，北京市高级人民法院认定，卫普公司申请注册第 7491648 号“KUNG FU PANDA 功夫熊猫”商标（下称诉争商标），侵害了梦工场对“功夫熊猫 KUNG FU PANDA”知名电影名称所享有的民事权益。

另一方面，作为作品中的某个角色名称，从构成作品角度而言，由于其表达太多简短而无法构成作品，从竞争权益角度而言，单就某个角色名称构成混淆来看，《龙珠超》里的“黑悟空”尚未达到这种对应关系，另外同时要考量其他混淆因

素。从目前《黑神话：悟空》的内容及宣传来看，未见与《龙珠超》“黑悟空”有混淆的表现形式，或者直接点说未见有搭便车的具体表现。

可能有人会问，《龙珠超》里的“黑悟空”角色可以继续创作吗，虽然《龙珠超》里的“黑悟空”已经被“写死”了，但是毕竟创作世界皆有可能。从法律角度而言，不仅仅《龙珠超》里的“黑悟空”可以继续创作、出番外或者续集，其他作者也可以围绕“黑悟空”甚至以其作为作品名称进行创作作品。但是，如果有人想依托于这些作品制作游戏产品/服务，那么不好意思，游戏名称不能出现与“黑悟空”相同或者近似的名称，否则构成商标侵权。

二、游戏 IP 注册商标的策略

1. 游戏 IP 中元素的商标布局策略

对大部分的游戏公司来说，一般建议对游戏名称、简称、主要角色名称、主要 BOSS 进行商标注册即可。但是，商标布局仍然是以商业目的为导向、因具体的现有及潜在的商业合作情况而定。在上一个话题“使用传统文化元素打造游戏 IP”中介绍到——瑞幸咖啡、青桔单车、联想电脑、海信电视、吉考斯工业、INART 等等商业品牌争相挂出了与黑悟空的联名合作和相关产品，《黑神话：悟空》在商标布局时需要事先就这些联名合作的商品进行相关商标的注册。以《黑神话：悟空》与瑞幸咖啡合作为例，该合作中设计美术的部分暂且不提，涉及文字的部分包括“黑神话：悟空”“悟空 BLACK MYTH WUKONG”（中英文组合）“直面天命”“腾云而来 直面天命”，其中“黑神话悟空”在 30 类咖啡以及 32 类饮料进行了商标布局，当然多说一句，实际上“黑神话悟空”是全品类（即 45 类）都进行了商标注册。

《黑神话：悟空》

游戏简介

单主机游戏大作，以中国神话为背景的动作角色扮演游戏。

- 当前UE5引擎下写实风格画面表现力超强作品之一。
- 棍法/变招/装备/天赋/变身/法宝等等组成创新的战斗体系。

酷帅新皮肤 披挂上线

1款手提袋 + 3款杯套

今日登陆全国
细节满满，值得收藏

包装彩蛋别错过
仔细看看大圣手里
是定制「瑞」字样的葫芦
保持持久战斗力的秘诀：**瑞!**

(图片来自瑞幸咖啡公众号)

根据公开信息，《黑神话：悟空》相关的商标布局情况如下：

商标名称	类别	游戏中内容
黑神话悟空	全 45 类	游戏名称
黑神话	全 45 类	游戏名称
黑悟空	全 45 类	无，游戏简称
820 捌贰零	16/25/28/30 类	上线日期
BLACK MYTH	9/28/35/41/42 类	英文游戏名称
BLACK MYTH WUKONG	9/28/35/41/42 类	英文游戏名称
黑色神话	9/28/35/41/42 类	游戏名称变形
黑神话·大荒	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标
黑神话·山海	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标
黑神话·搜神	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标
黑神话姜子牙	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标
黑神话小倩	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标
黑神话钟馗	9/28/35/41/42 类	疑似储备商标

可能大家也发现《黑神话：悟空》的注册策略，除了对重要的三枚商标进行全类注册以外，其他商标集中在 9/28/35/41/42 类，这几类都和游戏相关，主要是游

戏机（28 类）、软件开发（42 类）、在线广告（35 类）、在线游戏服务（41 类）以及计算机软件（9 类），其他游戏公司可以直接“抄答案”。

2. 是否进行“全品类注册”？

先算一笔经济账，全品类注册的官费以及代理费大概在 4 万~6 万左右，其中还不包括因为个别品类会发生商标异议、商标争议以及各种行政诉讼等程序中所可能产生的费用。另外考虑到，企业未必能在 45 类的各种商品/服务中实际使用注册商标，即便注册下来还存在三年不使用被撤销的风险，以及此程序中可能产生的费用。

另外，即便不差钱，如果不以实际使用为目的进行全品类注册，存在被认定构成商标法第四条第一款所指“不以使用为目的的恶意商标注册申请”[8]的风险。

简单总结一下，《黑神话：悟空》商标布局的情况思路比较明确也比较简洁，作为企业的重点游戏项目，对重点游戏名称进行了全类注册，及时关注到社群文化、跟进了游戏简称的注册，同时对系列游戏名称进行了适当布局。如果要提建议的话，游戏中一些重要的名称，譬如“天命人”（据消息该枚商标已经被抢注）、主要 boss、主要地名以及装备等也建议进行商标布局。当然，总而言之，**商标首要是保证目前及将来的自用，其次是防御他人攀附，第一步是运营及商业合作的基础，第二步看公司对 IP 的战略规划，并不是多多益善。**

来源：张玲娜 上海市协力律师事务所

【周小丽 摘录】

1.2 【专利】加速专利产业化 解锁发展新红利

专利转化运用是科技成果转化的重要途径，将带来实实在在的创新红利。“到 2025 年，推动一批高价值专利实现产业化，全省专利实施率和产业化率明显提高，重点产业领域知识产权竞争优势进一步凸显。”在近日公布的《四川省专利转化运用专项行动实施方案》（下称《实施方案》）中，四川省人民政府紧紧围绕专利产业化“一条主线”，推动专利成果从

“实验室”走上“生产线”，提出了上述工作目标。

《实施方案》着眼于健全工作机制、畅通转化渠道、强化信息链接、激发创新动力等方面，具体提出了全面梳理存量专利、加速推进转化运用、加强政策激励支撑、夯实转化运用基础、提升专利供给质量等五个方面共 14 项具体举措。“《实施方案》是四川省深入推进专利转化运用工作的行动指南。四川省通过盘活高价值存量专利，进一步打通堵点、激发动力、激活市场，更好地促进产学研深度融合，推动产出更多符合产业需求的增量专利，做到盘活存量和做优增量的‘双向促进’。”四川省市场监督管理局相关负责人表示。

细致盘点 筑牢基础

欲致其高，必丰其基。四川省作为科教大省，高校及科研院所相对集中，科教资源丰富，创新底蕴深厚，尤其是轨道交通、电子信息、生物医药等领域的学术研究能力在我国甚至世界范围内处于领先地位。

“然而，目前仍存在专利转化率偏低、转化机制尚需畅通、服务体系有待健全等问题，部分专利成果面临转不动、转不通、转不顺等困难。”四川省市场监督管理局相关负责人表示。

激活专利价值、提升转化效率的前提是做到“心中有数”。《实施方案》提出，全覆盖盘点高校和科研机构存量专利。“今年初，我们在四川省市场监督管理局等省级主管部门的指导和帮助下，协助省内 133 家高校及科研院所进行专利盘点工作。我们通过‘一对一’专员服务机制，提供全流程盘点咨询、专利分级分类等辅导服务，帮助他们迅速摸清存量专利‘家底’。”成都知识产权交易中心（下称成都知交中心）相关负责人介绍，截至目前，按照国家知识产权局任务部署，四川省高校及科研院所存量专利盘点进度完成率实现 100%，盘点专利量达到 6.4 万件。

“我们根据存量专利盘点结果构建起了四川省专利转化资源库，形成 60 类国民经济行业、40 类战略性新兴产业的专利转化供给清单，入库可转化专利 3.8 万件。”成都知交中心相关负责人介绍。

对接市场 促进转化

披沙拣金，物尽其用。高校和科研院所是专利转化运用的重要供给侧，如何让专利从“书架”走向“货架”？《实施方案》提出，强化专利转化运用政策激励。推动高校和科研机构健全职务科技成果单列管理制度，建立专利转化的尽职免责和容错机制。

政策的完善能够激荡起创新的“源头活水”不断奔赴市场。诞生于西南交通大学的职务科技成果权属混合所有制改革，让学校成为科技体制改革的“小岗村”。

“西南交通大学探索的‘先确权、后转化’职务科技成果权属混合所有制，使得科研人员从一开始就和所在单位共享科研成果所有权。就像安徽小岗村解放了农村生产力一样，西南交通大学这次改革调动了教授们将专利产业化运用的积极性。”西南交通大学相关负责人表示，西南交通大学持续探索总结科技成果转化运用的经验做法，《实施方案》的公布为高校及科研院所存量专利的转化运用工作指明了方向。

“四川省人大常委会审议通过的《四川省知识产权促进和保护条例》设置了‘运用与促进’专章，对知识产权权益分配改革、转化运用激励机制等作出安排，大力推进职务发明从‘纯粹国有’到‘混合所有’、从‘先转化后确权’到‘先确权后转化’、从‘奖励性利益’到‘权益性利益’、从‘资产化管理’到‘资产单列管理’四个转变。”四川省市场监督管理局相关负责人表示。

实现价值 反哺创新

牵线搭桥，两全其美。知识产权一头连着创新，一头连着市场，是科技成果向现实生产力转化的重要桥梁和纽带。《实施方案》提出，促进专利供需对接精准匹配。推动高校和科研机构根据市场评价对存量专利开展分层推广、加速转化。“要基于产业细分领域企业对专利技术的需求情况，通过国家专利导航综合服务平台向企业匹配推送专利信息。选取企业集中度高、技术需求旺盛的产业集群，开展高校和科研机构存量专利转化供需精准对接活动。”四川省市场监督管理局相关负责人表示。

“四川知识产权运营中心组织开展全省知识产权运营服务平台体系建设，目前已初步形成以运营中心为省级中心，31家产业分中心和区域分中心共同组成的知识产权运营服务平台体系架构。”四川知识产权运营中心负责人表示，截至目前，全省运营中心共计面向四川省20多个产业领域促成专利转化运用320多项，达成交易额约3.5亿元，孵化初创项目60多项，完成供需精准对接160余次，发布知识产权供需信息1万余条。

点“知”成“金”，带动创新。为减小创新型企业融资压力，《实施方案》提出，推进多元化知识产权金融支持。7月12日，四川知识产权质押融资质物处置平台（下称质物处置平台）正式发布。“知识产权质押融资质物处置难是制约知识产权质押融资提速增量的卡点、堵点问题。”四川省市场监督管理局相关负责人表示，质物处置平台的发布是四川省知识产权金融工作的一项创新，不仅有助于降低金融机构质押贷款风险损失，还有利于鼓励和引导金融机构进一步拓展知识产权质押融资业务。

成都知交中心相关负责人介绍，成都知交中心以“知贷通”知识产权质押融资服务平台为基础，连接现有知识产权交易系统，为知识产权质物提供进场挂牌、大数据监测、评估评价、供需对接等一站式处置服务，规范处置业务流程，形成知识产权质押融资服务闭环，拓展质物处置变现渠道，以降低金融机构知识产权质押融资业务违约损失。

“今年上半年，四川省专利转让许可共计1.5358万件（次），较去年同期增长72.85%；全省实现专利质押融资登记594笔、金额43.6亿元，较去年同期增长分别为38.14%、25.4%，各类创新主体专利转化运用成效进一步凸显。”四川省市场监督管理局相关负责人表示，下一步，四川省将参照国家层面做法，进一步加强统筹协调，推动各项任务落实落地，将一批原创性、引领性专利技术进行产业化应用，为四川省打造西部地区创新高地、建设知识产权强省贡献力量。

【胡泽华 摘录】

1.3 【专利】华为一实用新型专利，被宣告无效

今天，2024年9月26日，根据国家知识产权局公告显示，华为数字能源技术有限公司（简称“华为数字能源”）的一件名为“逆变器及光伏系统”的实用新型专利 ZL202220304849.8，经合议组审理后，认为该专利不具备专利法规定的创造性，因此宣告专利权全部无效。无效请求人是于莹莹。



国家知识产权局

100873	发文日： 2024年09月26日
申请号或专利号：202220304849.8	发文序号：2024092301731110
案件编号：5W136201	
发明创造名称：逆变器及光伏系统	
专利权人：华为数字能源技术有限公司	
无效宣告请求人：于莹莹	

无效宣告请求审查决定书

(第580516号)

根据专利法第46条第1款的规定，国家知识产权局对无效宣告请求人就上述专利权所提出的无效宣告请求进行了审查，现决定如下：

宣告专利权全部无效。

宣告专利权部分无效。

维持专利权有效。

根据专利法第46条第2款的规定，对本决定不服的，可以在收到本通知之日起3个月内向北京知识产权法院起诉，对方当事人作为第三人参加诉讼。

附：决定正文19页(正文自第2页起算)。



在最重要的独立权利要求1的审理中，合议组引用了两篇证据，认为华为数字能源的专利相对于对比文件1（一篇来自瑞士的专利）和对比文件8（一篇德国企业专利）的组合，不具备创造性。

虽然华为新能源曾在无效程序中辩解对比文件 8 属于射频领域，并不属于光伏领域以及光伏连接器，但是合议组认为对比文件 8 的说明书中明确记载“原则上可以应用于任一类型的连接器”，因此这种结合是有道理的。

在此之前，华为新能源的多篇光伏逆变器的专利，已经被人发起过无效挑战。

例如，2024 年 5 月 8 日，国家知识产权局公告显示，华为数字能源的一件名为“一种光伏发电系统、光伏逆变器及直流汇流箱”的专利 ZL202080012263.8，合议组经审理后认为，在创造性的判断中，**不应当将权利要求中相互关联的技术特征割裂开来**，对技术特征的理解应放在技术方案的整体中，脱离技术方案孤立的考察技术特征本身或者将具有内在关联性的技术特征进行不合理的拆分是不恰当的。因此，合议组宣告该专利具备创造性。无效请求人是自然人**刘相姝**。

2024 年 1 月 4 日，国家知识产权局过公告显示，华为数字能源的一件名为“一种光伏发电系统的保护装置、保护方法和光伏发电系统”的专利 ZL20180001510.9，经合议组审理后，宣告**专利权部分无效**。无效请求人是**刘相姝**。

目前来看，还不清楚华为新能源在光伏领域这些专利被挑战的背后原因到底是什么。但是华为数字能源在从华为脱离独立后，势必会在新能源领域中刮起一股华为风，或将带个该领域专利玩家的重新洗牌。

【陈蕾 摘录】

1.4 【专利】国家知识产权局召开党组会议对党纪学习教育进行总结

9 月 20 日，国家知识产权局召开党组会议暨党建工作领导小组会议，传达学习习近平总书记关于党纪学习教育的重要指示精神 and 中央党的建设工作领导小组会议精神，总结党纪学习教育开展情况，对推进党纪学习教育常态化长效化进行部署。国家知识产权局党组书记、局长申长雨主持会议并讲话。

会议强调，习近平总书记围绕全面加强党的纪律建设、开展党纪学习教育发表一系列重要讲话、作出一系列重要指示批示，具有很强的政治性、思想性、针对性和指导性，为开展好党纪学习教育提供了根本遵循和行动指南。近日，习近平总书记再次就党纪学习教育作出重要指示，充分肯定了党纪学习教育取得的成效，对巩固深化党纪学习教育成果提出了明确要求，全局上下要认真学习领会，抓好贯彻落实。

会议指出，党纪学习教育开展以来，全局上下按照中央统一部署，坚持把开展好党纪学习教育作为一项重要政治任务，组织党员干部职工认真学习《中国共产党纪律处分条例》，深入开展警示教育，扎实推进全面从严治党，全局党员干部纪

律意识、规矩意识进一步增强，党纪学习教育取得扎实成效。

会议要求，要持续深入学习贯彻习近平总书记关于全面加强党的纪律建设的重要论述，认真落实党的二十届三中全会有关部署，按照中央党的建设工作领导小组会议要求，扎实推进党纪学习教育常态化长效化。要坚持把党的政治建设摆在首位，严格遵守党的政治纪律和政治规矩，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，始终同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。要完善纪律教育和监督机制，加大对部门“一把手”、年轻干部、新提拔干部、关键岗位干部、新发展党员的教育培训力度，紧盯关键权力岗位，完善监管制约机制，有效防范廉政风险。要坚持党性党风党纪一起抓，持续深入推进“以审谋私、审代勾连”专项整治和商标领域教育治理，扎实开展群众身边不正之风和腐败问题专项整治，扎实做好中央巡视整改，一体推进“三不腐”，持之以恒纠“四风”。要引导和激励党员干部积极担当作为，树立正确政绩观，把党纪学习教育成果持续转化为推动知识产权事业高质量发展的强大动力，为中国式现代化贡献更多知识产权力量。

在京局党组成员、副局长卢鹏起、胡文辉、李眈陆，中央纪委国家监委驻市场监管总局纪检监察组有关负责同志，局专利局负责同志，局党建工作领导小组成员、局机关各部门主要负责同志参加会议。

【马佳欣 摘录】

1.5【专利】广州知识产权法院发布涉数据权益知识产权司法保护典型案例

此次共发布6个案例，涉及不同类型数据权益归属规则等数据权益保护核心问题及数据不当获取行为、数据不当使用行为、数据妨碍行为、数据污染行为等各类数据侵权形式。在天某公司诉锐某公司不正当竞争纠纷案中，法院认为涉案软件“一键”爬取天猫及淘宝平台上发布的商品数据并上架至其他电商平台无货源商家开设的店铺且加以特别推荐的行为，窃取了合法运营主体就商品数据享有的竞争优势，构成不正当竞争。该案作为全国首例认定大数据搬家软件构成不正当竞争的案例，有利于进一步激活数据要素价值，助力新质生产力发展。在加某公司诉字某公司等侵害信息网络传播权纠纷案中，法院认定采用RSS内容源接入同步技术和文本分类算法的网络平台运营商，应承担与其算法能力及平台内容管理模式相符的责任，体现了司法对数字经济下基于算法的平台经济健康发展的有力引导。在虎某公司诉陈某、寻某公司不正当竞争纠纷案中，法院认定网店向用户提供虚假实名认证服务构成不正当竞争，并首次判令提供虚假实名认证的网络服务平台商承担关闭被诉店铺的责任，该案作为网络直播领域首例涉虚假实名认证服务不正当竞争纠纷案，为网络直播健康生态体系的构建提供了重要司法样本。

案例一

首例大数据搬家软件不正当竞争案

——公开数据权益归属及不正当数据利用行为的认定

【案号】（2021）粤 0192 民初 1692 号/（2023）粤 73 民终 995 号[浙江天某网络有限公司、浙江淘某网络有限公司诉广州锐某信息科技有限公司等不正当竞争纠纷案]

【案情与裁判】

广州锐某信息科技有限公司（以下简称锐某公司）开发运营“铺货易”“代销易”软件，按权限等级、服务周期不同在拼多多服务市场内宣传销售。经营者使用“铺货易”，可将天猫、淘宝平台单个或整店商品数据“搬运”至拼多多店铺经营；拼多多用户下单后，经营者使用“代销易”创建天猫、淘宝订单，将天猫、淘宝订单及物流数据同步至拼多多平台，形成由天猫、淘宝平台商家向拼多多平台用户发货的“无货源店铺”模式。商品“搬家”过程无需取得天猫、淘宝平台及被搬运商家授权。浙江天某网络有限公司（以下简称天某公司）、浙江淘某网络有限公司（以下简称淘某公司）认为，被诉搬家软件非法获取、使用其平台数据构成网络侵权及不正当竞争，诉请锐某公司承担停止侵权、赔偿损失等责任。

广州互联网法院经审理认为，商品数据是电商平台提供服务的基本要素，天某公司、淘某公司作为电商平台经营者，依法依规收集并处理商品数据，既有资金、技术、人力投入，也有防范、监测、维权支出，有权对平台内商品数据进行衍生利用和开发，有权对平台内商品数据主张权利。

被诉数据利用行为不具有正当性。（一）擅自利用他人商品数据从事经营活动，系“不劳而获”降低自身运营成本，扰乱市场竞争秩序的行为。该行为使电商平台及商家无法获知消费者真实评价，导致电子商务信用评价制度功能落空。（二）被诉搬家软件不仅不正当增加竞争平台访问量、交易量、用户活跃度等，损害天猫、淘宝平台经营者合法权益，还使得“无货源店铺”未经授权即可使用他人商品数据、经营他人商品，造成对天猫、淘宝平台内经营者的实质性替代，亦侵害消费者知情权、选择权，增加其购物风险和维权成本。“代销易”对订单内个人信息的处理和搬运同时侵害消费者个人信息权益。（三）被诉搬家软件无视天猫、淘宝平台有关限制第三方获取、使用平台数据的措施，不顾拼多多服务市场禁止未经允许复制他人商品的要求，为“无货源店铺”经营者获取不正当竞争优势提供技术支持，违反诚实信用原则。综上，锐某公司构成不正当竞争，广州互联网法院遂判决锐某公司向天某公司、淘某公司赔偿损失 50 万元（含合理开支）。

锐某公司向广州知识产权法院提起上诉后，撤回上诉。本案现已审理终结。

【典型意义】

本案系全国首例涉电商平台商品大数据不正当竞争案。本案从数据产生的合法性、数据运营的投入以及竞争利益三方面对涉案电商平台对其合法运营的商品数据享有权益予以认可。在认定被诉行为扰乱竞争秩序、损害其他经营者和消费者合法权益，且未被其他知识产权专门法予以特别规定的情形下，认定锐某公司被

诉行为构成反不正当竞争法第二条所述的不正当竞争行为。本案裁判通过有效规范大数据不正当利用行为，有助于健全数据治理规则，发挥司法赋能数据产业发展的积极效能。

案例二

“公众号助手”数据抓取不正当竞争案

——数据抓取不正当竞争行为的判定标准

【案号】（2021）粤73民终4453号[深圳市腾某计算机系统有限公司诉广州市珍某信息科技有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案]

【案情与裁判】

深圳市腾某计算机系统有限公司（以下简称腾某公司）是微信公众号平台的运营商，管理微信公众号平台的用户、密码。广州市珍某信息科技有限公司（以下简称珍某公司）是“公众号助手”应用程序的开发商，经实时监测和抓取软件与后台服务器之间传输的数据包后，发现“公众号助手”v7.5.7版本的安装包下载过程中，将微信公众号平台的用户账号、密码提交至其服务器。腾某公司认为，珍某公司的“公众号助手”软件利用技术手段，获取并保存微信公众号的用户的账号及密码数据，将微信公众号用户的账号、密码置于不确定的风险环境当中，损害腾某公司微信公众平台的正常运营秩序、数据安全及微信公众号用户权益。故诉至法院，请求判令珍某公司立即停止私自收集微信公众号用户数据的行为，并赔偿经济损失500万元。一审法院认定被诉行为构成商标侵权及不正当竞争，判定珍某公司停止侵权并赔偿经济损失300万元等。珍某公司提起上诉。

广州知识产权法院二审认为，珍某公司通过使用近似商标、近似软件名称及宣传语等方式误导微信公众号平台用户下载其“公众号助手”软件多达2623.89万次，其通过“公众号助手”软件下载过程获取微信公众号用户的账号、密码提交至其服务器的行为，属于对微信公众号用户账号、密码等数据进行收集、存储，应界定为数据处理行为。珍某公司的数据处理行为缺乏正当性，将微信公众号用户的账户及密码上传至其服务器不符合用户数据安全利益，现有证据不足以证实珍某公司具备保障用户数据处于持续安全、有效保护和合法利用状态的能力。珍某公司的涉案行为将微信公众号平台的用户账号、密码置于不确定风险环境中，损害腾某公司对该平台的正常运营秩序及安全，构成破坏其他经营者合法提供的网络服务正常运行的不正当竞争行为。广州知识产权法院二审判决，珍某公司停止私自收集微信公众号用户数据的行为，并赔偿经济损失300万元。

【典型意义】

本案系互联网数据抓取不正当竞争行为的典型案例。经营者通过技术抓取其他经营者的海量用户账号、密码信息，危及用户数据安全利益的行为，更易造成对网络竞争秩序的冲击，构成即发式数据安全类互联网不正当竞争行为。本案裁判规则对于危害数据安全行为的规制进行了探索，有效维护用户数据安全利益，促进网络数据的合法获取和有效保护，有力规制互联网的数据不正当竞争行为。本案处理取得良好的社会效果，实现了法律效果与社会效果的统一，对同类型案件具有示范性意义。

案例三

涉平台算法分发内容提供者著作权案

——算法模式下的平台运营商帮助侵权责任认定

【案号】（2021）粤73民终5651号[广州加某文化传播有限公司诉北京字某跳动科技有限公司、悠某传媒（北京）有限责任公司侵害信息网络传播权纠纷案]

【案情与裁判】

北京字某跳动科技有限公司（以下简称字某公司）是今日头条平台的运营商，今日头条平台的“首页/科技”版块于2020年1月31日发布被诉文章《17年前阿里全员隔离 马云是怎么熬过非典的?!》，该文章由字某公司使用RSS内容源接入同步技术从悠某传媒（北京）有限责任公司（以下简称悠某公司）经营的科普网接入，并于其后通过文本分类算法将该文章发布于今日头条平台的“科技”版块，文章信息标明来源于自媒体号“科技生活快报”，该账号由悠某公司运营。悠某公司在科普网转载前述文章时，标明“来源：何某盐”。广州加某文化传播有限公司（以下简称加某公司）是微信公众号“何某盐”的账号主体，且是前述文章的著作权人。加某公司以字某公司、悠某公司侵害其对前述文章享有的信息网络传播权为由，向法院提起诉讼。一审法院认定悠某公司以及字某公司因未尽合理注意义务，均应承担网络内容提供者的责任，判定两公司赔偿加某公司2000元。字某公司提起上诉。

广州知识产权法院二审认为，字某公司采用RSS内容源接入同步技术和文本分类算法，对其所运营网络平台的用户内容进行版块分发，属于对今日头条平台的用户内容进行类型化推荐，其通过用户协议免费获取平台内容的信息网络传播权，并与用户就获利分成进行约定，激励用户生成及接入内容，以实现平台获利最大化，因此，其既提供信息存储空间，同时也是平台内容的管理者。字某公司使用文本分类算法工具，其具备采取预防侵权必要技术措施的条件和信息管理能力。字某公司在平台内容分发主体的选择、预防侵权的技术模式选定及侵权风险的应对方式等方面均具备相应的选择优势。因此，字某公司对于今日头条平台上展现率高、阅读量大的文章，负有采取预防侵权必要技术措施的义务。如其未采取预防侵权的必要技

术措施，则应根据其所提供网络服务的性质、方式、管理信息能力、获利分配模式以及停止侵权措施等因素，确定其相应的帮助侵权责任。

【典型意义】

本案涉及算法模式下平台运营商帮助侵权责任的认定。本案结合法律规定、算法工具、获利模式、公共利益四个维度，分析平台运营商的帮助侵权归责原则判定的算法基础和法律依据，厘清算法工具运用能否成为平台运营商的侵权免责事由问题，合理认定数据要素市场主体的使用及收益行为的正当性前提及必要技术措施义务，有助于促进平台经济在数字信息技术和算法工具基础上的健康发展，具有净化网络资讯市场的积极意义，是人民法院护航数字经济和互联网发展的有益探索。

案例四

非法提供游戏币与游戏账户交易案

——虚拟财产权益不正当竞争保护的认定

【案号】（2022）粤73民终3597号[深圳市腾某计算机系统有限公司诉郑州市易某信息技术有限公司不正当竞争纠纷案]

【案情与裁判】

深圳市腾某计算机系统有限公司（以下简称腾某公司）系涉案游戏《地下城与勇士》的授权运营商和游戏运营相关权利人。郑州市易某信息技术有限公司（以下简称易某公司）在其平台UU898向游戏玩家提供该游戏的游戏账号交易、游戏币交易，并进行相关宣传，使用该游戏的logo、人物和道具等元素，腾某公司认为易某公司上述行为侵害其网络信息传播权及构成不正当竞争，遂向广州互联网法院起诉。后双方达成和解协议，约定易某公司停止侵权并予以赔偿，腾某公司遂撤诉。随后易某公司向腾某公司支付相应赔偿款，但却继续提供《地下城与勇士》游戏账号和游戏币的交易服务。本案腾某公司主张的涉诉行为是易某公司在上述和解协议后继续实施的行为。一审法院判决易某公司停止提供《地下城与勇士》游戏账号交易服务的行为，停止为不能证明合法来源的《地下城与勇士》游戏币提供交易服务的行为，并向腾某公司赔偿损失300万元和合理开支3万元。双方提起上诉。

广州知识产权法院二审认为，本案争议焦点的实质是易某公司为用户提供涉案游戏账号和游戏币交易服务是否构成不正当竞争，认定如下：1. 游戏用户对涉案游戏账号不享有自由交易的权利，易某公司提供游戏账号交易服务具有不正当性；2. 易某公司提供涉案游戏币交易服务是否具有正当性区分如下情况：游戏用户合法正当获取的游戏币的相关权益应受保护、腾某公司不能限制游戏用户对合法获取的游戏币进行交易、

第三方为用户合法正当获取的游戏币提供交易服务应受保护。故易某公司为游戏用户非法或不正当获取的游戏币提供的交易服务构成不正当竞争。广州知识产权法院二审判决，驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案涉及虚拟财产权益的具体保护路径问题。我国民法典虽然确立了网络虚拟财产的财产属性，但对其保护缺乏具体法律规定。在此情况下，相关互联网平台通过服务协议进行自治，对网络虚拟财产健康生态环境的塑成起到重要作用。违反服务协议，甚至利用外挂等破坏计算机程序的非法行为，不仅损害了平台经营者的利益和消费者利益，还破坏了互联网竞争秩序和网络虚拟财产生态环境，给数字经济健康发展造成现实阻碍。故本案认定专业市场主体为游戏用户提供游戏账号和游戏币的非法交易行为，构成不正当竞争。本案裁判有效探索新型权益治理路径，有助于形成良好的网络虚拟财产生态环境，并促进数字经济健康发展。

案例五

网店向用户提供虚假实名认证服务案

——虚假实名认证的不正当性认定

【案号】（2022）粤73民终2619号[广州虎某信息科技有限公司诉陈某、上海寻某信息技术有限公司不正当竞争纠纷案]

【案情与裁判】

广州虎某信息科技有限公司（以下简称虎某公司）系虎牙直播网站的运营方。因《虎牙用户服务协议》《虎牙平台主播开播协议》等对其账号身份信息的真实性、合法性、准确性以及主播实名身份认证作出要求，且《互联网直播服务管理规定》亦要求互联网直播服务提供者对主播真实身份信息进行审核，故虎某公司主张陈某在拼多多平台开设的“网络好服务”网店，宣传销售“虎牙直播开通”商品为用户提供虚假实名认证服务的行为构成不正当竞争，诉请法院判决陈某、寻某公司关闭被诉网店并由陈某赔偿相应经济损失等。一审法院认定被诉行为构成不正当竞争，但因被诉侵权链接已经下架且未有证据显示陈某就被诉行为存在其他宣传行为，关闭被诉网店理据不足，判定陈某向虎某公司赔偿经济损失及合理费用共计8万元并驳回虎某公司其他诉讼请求。虎某公司提出上诉，请求改判陈某关闭拼多多平台“网络好服务”店铺，上海寻某信息技术有限公司（以下简称寻某公司）注销该店铺账号。

广州知识产权法院二审认为，一是被诉店铺不同商品链接均指向各个直播平台的虚假实名认证服务，被诉店铺主要以提供虚假实名认证服务为主。二是寻某公司虽多次对侵权销售链接采取禁售、禁止上架等措施，

但二审证据显示被诉店铺仍在提供虚假实名认证服务，故现有措施仍不足以制止被诉行为。三是虚假实名认证服务系拼多多平台禁售商品，采取“清退商家”等措施并不违反寻某公司制定的拼多多平台治理规则。四是寻某公司未采取必要措施制止侵权行为发生，依法应承担关闭店铺的民事责任。综上，鉴于虚假实名认证服务对直播商业模式和正常营运秩序的危害，以及对直播行业生态损害的严重性，同时考虑到陈某存在对虎牙直播以外的其他网络直播经营者提供虚假实名认证服务的行为，有必要预防、警示和遏制类似涉案不正当竞争行为的重现，对虎某公司上诉主张陈某及寻某公司关闭店铺的请求，予以支持。

【典型意义】

本案系网络直播领域首例虚假实名认证服务不正当竞争案。本案对主播虚假实名认证的不正当性进行了充分论证，并首次判令提供虚假实名认证的网络服务平台商承担关闭被诉店铺的责任。网络直播行业的迅速发展及其衍生的经济增长，因相应监管滞后导致直播乱象丛生等系列经济、法律等社会问题。网络直播的治理，若仅仅依靠政府监管，存在技术问题等监管难点，应当借助直播行业特别是直播平台实现行业自治和自律。网络直播平台作为直播行为的平台提供者和直接管理者，在直播治理中具有天然的优势。因此，既要加强直播平台的自治，也要落实平台治理的责任。本案作为首次判令网络服务平台商承担停止侵权责任案件，为网络直播健康生态体系的构建提供了一个重要分析样本。

案例六

“微信管家”商业化营销干扰不正当竞争案

——数据妨碍行为构成不正当竞争的认定标准

【案号】（2021）粤73民终153号[腾某科技（深圳）有限公司等诉厦门联某科技有限公司、广州登某通信科技有限公司不正当竞争纠纷案]

【案情与裁判】

腾某科技（深圳）有限公司（以下简称腾某公司）是即时通讯服务软件“微信”的著作权人，其授权关联公司运营并专有使用。广州登某通信科技有限公司（以下简称登某公司）在其“OK 微信管理网站”上宣传、推销由厦门联某科技有限公司（以下简称联某公司）开发的联络易微信管理系统软件，该软件通过技术手段与微信软件服务器交换数据信息，获取微信软件的用户信息、聊天内容等各类隐私数据，以此实现“个性化称呼群发”“朋友圈统一管理”“管理监控”“多微信号聚合管理”以及客户资料录入、数据化管理、辅助品牌营销等服务功能。被诉软件不同版本的报价为980元-5980元不等，联某公司官网宣传截至2019年4月使用被诉软件注册企业用户数突破20000家。腾某公司及其关联公司据此请求法院判令被告停止不

正当竞争行为、发表致歉声明以消除影响并连带赔偿经济损失 1000 万元及合理费用 450567 元。一审法院认定联某公司、登某公司上述行为构成不正当竞争，判令被告停止侵权、赔礼道歉消除影响并赔偿损失及合理开支合计 360 万元。腾某公司、联某公司等提起上诉。

广州知识产权法院二审认为，腾某公司及其关联公司开发、运营的微信软件具有极高的知名度和广泛的市场影响力，联某公司作为同业经营者，擅自使用“微信”商标文字作为名称及域名，且开发、运营、销售的侵权软件严重损害微信软件及其服务的安全性及完整性，妨碍了软件正常运行秩序，对公众的信息数据安全及隐私性具有较大侵害性，故联某公司侵权恶意明显、侵权获利大，属于严重侵权行为，应从重判赔。而登某公司与联某公司存在共同运营侵权软件的事实，应对联某公司的赔偿责任承担部分连带责任。遂改判联某公司赔偿经济损失及合理开支 1000 万元，登某公司就其中 300 万元承担连带赔偿责任。

【典型意义】

本案涉及数据妨碍行为构成不正当竞争行为的认定问题。本案认定“微信管家”未经数据权益主体同意破解微信客户端内置公钥和用户协议，并进一步通过商业化营销活动异化微信产品的原有社交功能，严重妨碍微信平台正常运行秩序，产生众多数据安全风险隐患，有损消费者利益和竞争秩序，构成不正当竞争。另本案以“填平损失”为基本原则，并对恶意侵权等严重侵权行为加大惩处力度，合理确定赔偿数额。本案是推进数据权益司法核心理念与现阶段数据基础制度体系构建目标相契合的重要实践，对促进数据权益司法保护水平提升，优化粤港澳大湾区营商环境具有积极意义。

【王哲璐 摘录】

1.6 【专利】“一案两请”中同样的发明创造的认定

“一案两请”（亦称“一案双申”、“一案两报”等）作为一种常见的专利申请策略，其设立初衷是为了填补发明专利审查周期较长而耽误的保护真空期。但有部分申请人在“一案两请”的实用新型专利获得授权而发明专利也有望获得授权的情况下，不愿放弃已获授权的实用新型专利，而希望通过将发明专利申请修改为与实用新型专利不属于同样的发明创造，以期能获得两个专利权。因此有必要对“一案两请”中“同样的发明创造”这一概念进行厘清。

一、什么是“一案两请”

根据《专利法》第九条第一款的规定，同样的发明创造只能授予一项专利权。但是，同一申请人同日对同样的发明创造既申请实用新型专利又申请发明专利，先获得的实用新型专利权尚未终止，且申请人声明放弃该实用新型专利权的，可以授予发明专利权。

从法律规定可以看出，同一申请人同日可以对同样的发明创造既申请发明专利也申请实用新型专利，但就请求保护的同样的发明创造最终最多只能获得该发明专利和实用新型专利其中之一。也就是说，“一案”可以“两请”，但“两请”不能“两得”，即一个技术方案只能获得一项专利权。

但本文讨论的正是部分申请人希望“一案”可以“两得”的可行性，其中，

对于“同样的发明创造”如何认定，是能否“一案两得”的关键。

二、“同样的发明创造”的认定标准

根据《审查指南》第二部分第三章第6节，“专利法第九条或者专利法实施细则第四十七条中所述的‘同样的发明创造’是指两件或者两件以上申请（或者专利）中存在的保护范围相同的权利要求。……应当注意的是，权利要求保护范围仅部分重叠的，不属于同样的发明创造。”

换言之，如果一件专利申请或专利的一项权利要求与另一件专利申请或专利的某一项权利要求保护范围相同，应当认为它们是同样的发明创造。

北京知识产权法院作出的（2020）京73行初2723号原告王飞杭诉被告国家知识产权局无效行政纠纷一案一审判决，既涉及“一案两请”的专利申请，也涉及到对“同样的发明创造”的认定，具有很好的借鉴意义。

具体到本案，涉案专利的专利权人在2005年同日提出了发明和实用新型专利申请，但在申请时并没有说明，结果出现了专利权人的实用新型专利与发明专利的权利要求一样但均获得授权的情况。

需要说明的是，2010年修改的《专利法实施细则》第四十一条第二款以及2017年修改的《专利审查指南》第四部分第七章第2.1条均规定，申请人在同时提出发明和实用新型专利申请时，应当履行说明义务；未作说明的，依照专利法第九条第一款关于同样的发明创造只能授予一项专利权的规定处理。但在此之前，专利法并没有关于说明义务的规定。

原告先是对涉案专利与同日递交的实用新型（“证据1”）不符合专利法第九条第一款为由提出无效，专利权人在无效阶段对涉案的发明专利进行了修改，将从属权利要求2-3并入权利要求1中形成了新的独立权利要求1。国家知识产权局经比对认定，修改后的本专利权利要求1-8与证据1的权利要求1-10不属于同样的发明创造，故做出在涉案专利修改后的权利要求1-8的基础上维持专利权有效的决定。

接着，原告不服国家知识产权局的决定提出了一审行政诉讼。在一审行政诉讼中，北京知识产权法院作出相同判定，即“修改后的本专利权利要求1-8所要求保护的技术方案与证据1的权利要求1-10的保护范围不同，不属于同样的发明创造”。

虽然在申请阶段不太会再出现权利要求一样的实用新型专利与发明专利均获得授权的情形，但本案对申请阶段如何处理“一案两请”却很有借鉴意义。特别是本案明确了判断“同样的发明创造”针对的是专利的权利要求所要求保护的

范围。

最高人民法院在（2021）最高法知行终229号上诉人（原审原告）四川建知诉被告上诉人国家知识产权局（原审被告）驳回复审行政纠纷一案二审判决中对“同样的发明创造”进行了判定，其虽没有涉及到“一案两请”这一具体情形，但结合前案我们已经能对“一案两请”中“同样的发明创造”有个比较清晰的判定。

本案中，上诉人同日申请的五件专利申请名称相同，权利要求及说明书中仅针对“板-柱隔离构件截面内侧和外侧的形状”进行了不同限定。根据涉案申请和其他四件专利申请说明书的记载，该五件专利所要解决的技术问题、所要达到的技术效果实质上均相同，其区别属于本领域技术人员所熟知的惯用手段的直接替换。

上诉人上诉称五件专利申请应对的工况不同，但五件专利申请权利要求及说明书并未记载相关内容。该些专利申请文件中并未显示出“板-柱隔离构件截面

内侧和外侧的形状”这一技术特征对解决上述技术问题和实现上述技术效果能够带来显著影响，也未记载不同的“板-柱隔离构件截面内侧和外侧的形状”能够带来不同的技术效果，因此，最高人民法院认定被诉复申请请求审查决定关于涉案申请所要求保护的技术方案与其余四件专利申请所要求保护的技术方案实质相同、保护范围实质相同、属于相同的发明创造的认定并无不当。

值得一提的是，最高人民法院在本案中提出，“‘同样的发明创造’是指两件或两件以上申请中存在的保护范围相同的权利要求，如果一件专利申请的一项权利要求与另一件专利申请的某一项权利要求保护范围相同或实质相同，应当认为它们是同样的发明创造。实质相同，是指区别属于本领域技术人员所熟知的惯用手段的直接替换。”

基于最高人民法院的上述认定标准，在“同样的发明创造”的判断中，不难发现，保护范围相同与否的判断不能仅局限于字面上的相同与否，而是还要判断在字面表达不同的情况下保护范围是否存在“预期”相同的情况。

三、针对“一案两请”中“同样的发明创造”问题的处理策略

四川建知案确定了“同样的发明创造”判定的重点是权利要求所要保护的技术方案或保护的的范围是否相同或实质相同；王飞杭案则进一步明确了“同样的发明创造”在“一案两请”中指的也是专利的权利要求所要求保护的的范围，“同样的发明创造”的判定不因“一案两请”这一特殊情形而有所区别。

可见，当申请人想要同时保留发明专利申请和实用新型专利申请两者的专利权时，需要在申请时做好提前谋划。否则，对于“一案两请”的案件，当一者授权（通常是实用新型专利）而另一者也具备授权前景（通常是发明专利申请）时，申请人无非只有以下选择，放弃两者中的任一者，或者保留已授权专利将未授权申请的权利要求的保护范围修改为不同于已授权专利。虽然“一案两请”的制度作为重复授权的特例情形已经给出了对于申请人非常友好的可操作方式，但是，申请人有时候仍然会面临两难的境地，而难以进行取舍。

为此，针对“一案两请”能否“一案两得”，需要在申请时提前规划，及时、合理地预测和布局发明专利申请和实用新型专利申请的权利要求保护范围，使其不能只存在文字或形式上的区分，而是要存在权利要求保护范围的实质上的区分。

【陈建红 摘录】

1.7【专利】

专利转化运用工作会议暨专项行动推进机制第三次全体会议在京召开

9月19日，专利转化运用工作会议暨专项行动推进机制第三次全体会议在京召开。会议总结专利转化运用专项行动实施一年来的主要工作进展和成效，交流各部门各地方工作经验和做法，对做好下一阶段工作进行再动员再部署。国家知识产权局局长申长雨出席会议并讲话。

会议指出，专利转化运用专项行动实施一年来，国家知识产权局会同各部门各地方全面推进落实，突出重点、破解难点、打通堵点，对长期以来高校和科研机构普遍存在的专利成果“不能转”“不敢转”“不愿转”“不会转”等问题进行深入研究，聚力攻坚，高校和科研机构存量专利“家底”基本摸清，科技型中小企业运用专利技术实现创新发展的成效日益显现，重点产业知识产权强链增效的方法路径更加清晰，专利转化运用工作取得积极进展。

会议强调，今年以来，党中央、国务院对科技成果转化和专利转化运用工作作出了一系列新部署。要深入学习贯彻习近平总书记重要指示，全面落实党的二十届三中全会精神和党中央、国务院决策部署，持续推动专利转化运用工作深入开展，锚定目标，加快进度，提升效果。要聚焦专利产业化这条工作主线，积极推动存量专利盘活利用同促进中小企业成长、重点产业强链增效等工作有机衔接、压茬推进，全方位、深层次、多渠道推动专利转化和产业化，更大力度释放专利的市场价值，增强企业核心竞争力，塑造产业发展新动能新优势。

会议就进一步深入推进专利转化运用专项行动作出 4 项部署。一是要聚焦“不能转”，持续推动专利质量提升，夯实专利转化的质量基础。二是要聚焦“不愿转”，持续深化职务科技成果赋权改革，完善专利转化激励机制，激发专利转化内生动力。三是要聚焦“不会转”，充分发挥知识产权运营体系平台等载体作用，构建专利转化良好生态。四是要聚焦“不敢转”，深入探索职务科技成果单列管理改革，建立专利转化尽职免责机制，有效消除专利转化的“后顾之忧”。

【郑连静 摘录】

1.8 【专利】全球 5G 标准必要专利排名出炉：中国企业占据半壁江山，华为、中兴、小米成国产三强

9 月 26 日，中国信息通信研究院发布《全球 5G 标准必要专利及标准提案研究报告（2024 年）》，报告披露了 2024 年全球 5G 标准必要专利排名情况。

近年来，中国企业在 5G 标准必要专利方面领衔全球，和去年相比，2024 年共有五家中国企业入围全球标准必要专利榜单前十，继续占据半壁江山，华为、中兴、小米成为 5G 专利的国产三强。

排名	TOP10 专利权人	有效全球专利族占比
1	华为	12.42%
2	Qualcomm	9.43%
3	LG	8.25%
4	Samsung	8.17%
5	中兴	6.97%
6	Ericsson	6.86%
7	Nokia	6.69%
8	小米	4.62%
9	OPPO	4.36%
10	大唐	3.78%

来源：中国信息通信研究院

5G 标准必要专利排名和占比是衡量企业在全 5G 技术领域竞争力的重要指标，一定程度上反映了企业在 5G 技术创新、研发投入以及标准制定中的地位和影响力。

和去年的排名相比，今年 5G 标准必要专利全球前十的企业没有变化，但企业之间排名和占比变化明显。

在专利排名方面，2024 年全球前十企业中，仅有 LG、爱立信、小米三家实现排名提升，其中小米排名提升两位，是唯一排名上涨的中国企业；在专利占比方面，今年只有四家企业全球有效专利族占比有所提升，其中小米全球有效专利族占比从去年的 4.10% 提升至 4.62%，增速位列中国企业第一。

据了解，小米在 5G 标准必要专利方面的成绩快速提升，源于近年来其在研发方面的坚定投入。小米此前公布的数据显示，2024 上半年研发投入已达 107 亿元，预计全年研发投入将达到 240 亿元，小米 2023 年已经宣布，未来五年研发投入将超过 1000 亿元。

截止 2023 年底，小米技术研发已进入 12 个技术领域，包括 5G 移动通信技术、大数据、云计算及人工智能等，总体细分领域达 99 项。

【翟小莉 摘录】

热点专题

【知识产权】

仿冒知名化妆品包装装潢构成不正当竞争

原告维布络安舍公司是印度维布络集团旗下公司，该集团在全球拥有 48 个品牌，275 个产品，覆盖个人护理和家居清洁领域。“艾诗”是原告旗下的香氛个护品牌，为现代时尚

的女性提供一系列香氛身体护理产品。“艾诗芬香沐浴露”为原告主推产品，深受消费者的喜爱。

原告经过调查发现宝莱公司委托华美姿公司生产的“优兹美芬香沐浴露”产品的包装装潢与“艾诗芬香沐浴露”产品的包装装潢高度近似，且产品销售页面的商品卖点、使用场景、推荐使用手法等内容与原告“艾诗芬香沐浴露”产品销售页面基本一致，容易导致消费者的混淆误购，因此原告向法院起诉宝莱公司和华美姿公司，要求停止侵权并赔偿经济损失。

广东自由贸易区南沙片区人民法院经审理后认为：

1. “艾诗芬香沐浴露”产品经过原告持续宣传推广且销售量较大，具有较高的市场知名度，属于“有一定影响的商品”；该产品包装的喷头下部呈圆滑过渡，中间部分的标贴由商标、产品类别、香型依次排列，左右配以数朵粉红色的玫瑰图案，下方采用罗马柱条纹形状规则性排列，其包装及所附加的文字、图案、色彩及其排列组合所构成的装潢，从整体来看视觉效果突出，形成了显著的整体形象，具有独特性。经过原告持续地宣传推广，具有识别商品来源的作用，属于“有一定影响的商品包装、装潢”。

2. 将“优兹美芬香沐浴露”与“艾诗芬香沐浴露”进行对比，首先，二者包装上部的喷头下方均呈圆滑过渡，中部为瓶贴部位，下部采用罗马柱条纹形状规则性排列，从整体看二者的包装构成近似。其次，对二者的装潢予以细节比对：中部瓶贴的正面居中位置均由商标、产品类别、香型由上至下依次排列，左右配以数朵各色的玫瑰花图案，左侧玫瑰花的下方标注净含量，虽然二者标贴所使用的商标、玫瑰花排列及花色存在细微差别，但是并不影响二者整体相似性的认定。因此认定“优兹美芬香沐浴露”产品的包装、装潢属于擅自使用与原告有一定影响的商品包装、装潢近似的标识。

最后法院判决宝莱公司和华美姿公司停止侵犯原告有一定影响的商品包装、装潢的行为，宝莱公司赔偿原告经济损失及合理开支 25 万元，华美姿公司在 8 万元范围内承担连带赔偿责任。

【何佳颖 摘录】