



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

第六百六十期周报

2026.08.16-2026.08.22

网址: <http://www.hangsomes.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】委托代加工属于商标使用行为吗？
- 1.2 【专利】技术首创认证和专利的区别，有专利还需要做首创认证吗？
- 1.3 【专利】美国专利商标局：严斥利用 IPR 获取“诉讼筹码”行为
- 1.4 【专利】以服务之“优”化解企业创新之“忧”（知识产权报）
- 1.5 【专利】域外传真 | Peloton 侵犯 NEC 专利，被判赔 2050 万美元
- 1.6 【专利】技术启示的制度演进及撰写指引

● 热点专题

- 【知识产权】卖的是正品，为何会侵权？——论商标权利利用尽的边界

每周资讯

1.1 【商标】委托代加工属于商标使用行为吗？

近日，广东省江门市中级人民法院（下称江门中院）对福建大某哥公司起诉其前代工厂开平美某公司商标侵权及不正当竞争纠纷案作出二审判决，认定开平美某公司未经许可生产带有大某哥公司注册商标产品的行为构成商标侵权；鉴于大某哥公司近3年内未实际使用该商标，开平美某公司无需承担损害赔偿责任，但仍须赔偿大某哥公司为制止侵权行为所支付的合理开支。

该案中，法院围绕**委托代加工、贴附商标等是否属于商标法意义上的使用行为**，以及被诉侵权方不承担赔偿责任的适用条件等焦点问题进行了充分阐释，对同类案件的处理具有较高的借鉴价值。

起诉代工厂商标侵权

大某哥公司系“THEDMG”注册商标（下称涉案商标）的权利人，该商标被核定使用在第11类水龙头、混水阀、水管用混水龙头等产品上；开平美某公司及其关联公司曾接受大某哥公司的委托，为其代加工混水阀产品。

原本合作良好的商业伙伴，后续渐生嫌隙。大某哥公司向开平市市场监督管理局（知识产权局）提出行政投诉，指控开平美某公司生产的混水阀产品侵犯其名称为“混水阀”的外观设计专利权。

开平市市场监督管理局（知识产权局）在开平美某公司生产车间现场查获涉嫌侵权的混水阀产品，其底部标有“THEDMG304”字样，出水孔处标有“304”等标识。现场共发现成品35套、半成品6000套，未查见生产模具及包装。

2025 年 7 月 28 日，开平市市场监督管理局（知识产权局）就开平美某公司涉嫌商标侵权行为向大某哥公司作出处理情况回复，认定开平美某公司侵犯涉案注册商标专用权行为成立，并依法对其作出行政处罚，没收侵权混水阀 8 套，罚款 8000 元。

2025 年 10 月 20 日，大某哥公司以商标侵权为由，将开平美某公司起诉至广东省江门市江海区人民法院（下称江海区法院），并索赔 10 万元。

江海区法院经审理认为，开平美某公司未经许可生产带有涉案商标产品的行为构成商标侵权，但因开平美某公司提出的商标权人连续 3 年未使用涉案商标而免于赔偿的抗辩成立，故未支持大某哥公司要求其赔偿经济损失的主张，仅判令开平美某公司停止侵权并赔偿合理维权费用 1.5 万元。

大某哥公司不服，以判赔额过低等为由，向江门中院提起上诉。

江门中院经审理后驳回其上诉请求，维持一审判决。

准确界定商标使用行为

该案一审和二审过程中，双方当事人的争议焦点主要集中于两方面：其一，涉案商标在连续 3 年内是否被实际使用；其二，代加工行为是否构成商标法意义上的使用行为。在此基础上，需要进一步明确该案是否符合免除赔偿责任的条件。

对此，江门中院经审理认为，商标法（2019 年修正）第四十八条规定：

“本法所称商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为。”由此可知，商标核定使用的商品需要进入商业流通领域，具备区分商品来源的功能，才属于商标法意义上的使用行为。

虽然开平美某公司在一审中曾自认双方存在代加工关系，但经审理查明，该代加工仅为组装工作，属于商品投入市场的前端环节，不能以此反推商品已经进入市场流通并足以让相关公众从组装零件中识别到商品来源于权利人大某哥公司。因此，**涉案委托代加工行为不能认定为商标法意义上的使用行为。**

此外，为证明涉案商标在 3 年内持续处于实际使用状态，大某哥公司向二审法院补充提交了某网络店铺经营者陈某出具的声明函等证据材料。对此，二审法院经审理认为，该声明函仅能证明陈某系该店铺的注册经营者，不足以证明该店铺在 3 年内确有销售带有涉案商标的商品。同时，大某哥公司亦未提交相关许可费用支出凭证、经销合同、销售发票、销量统计等客观证据，以佐证带有涉案商标的商品实际进入市场流通的情况。

“综上，在案证据不足以证明涉案商标在近 3 年内进行了真实、有效的商业使用。根据 2019 年修正的商标法第六十四条第一款的规定，**注册商标专用权人不能证明此前 3 年内实际使用过该注册商标，也不能证明因侵权行为受到其他损失的，被控侵权人不承担赔偿责任。**最终，合议庭维持了一审判决。”该案二审承办法官叶毅贞在接受中国知识产权报记者采访时表示。

签订合同详细约定权责

随着社会分工不断深化，商品生产已不再局限于自有工厂的全流程生产模式，而往往形成前、中、后端层层委托加工的协作链条，细化为涵盖设计、贴牌、物流等多个环节的分工体系。然而，多方参与的供应链生态，也使商标使用、授权、责任划分等问题日趋复杂。在涉及代加工的商标侵权纠纷中，常涉及受托人委托加工、贴附商标的行为是否构成商标使用这一核心问题。

对此，叶毅贞表示，商标法意义上的使用，核心在于“用于识别商品来源”，判断代加工是否构成商标法意义上的使用行为，不能将生产与流通环节割裂，而应考虑代加工的节点效果。**委托加工中的生产、组装等环节，属于商品进入市场前的制造阶段，尚未与消费者发生接触，相关公众无从在此过程中识别商品来源，故通常难以被认定为商标法意义上的使用。**若受托加工商品已脱离封闭的前端生产环节，进入公开流通领域，且相关公众能从贴附标志中识别到受托人，则该代加工应认定为商标使用。该“流通节点+公众认知”的考量标准，便于在侵权纠纷中快速厘清责任。

叶毅贞表示，在司法实践中，不少商标权人将委托他人加工、定制样品等行为简单认定为构成商标使用，从而在侵权诉讼中因无法证明3年内实际使用而无法获得损害赔偿。权利人应重视商标使用证据的日常留存，包括销售合同、发票、出货单、广告宣传材料等，形成完整的证据链，以证明商标在核定商品上的真实、公开、合法使用。此外，在委托加工关系中，委托方与受托方应当在加工合同中明确商标使用权限、贴附规范及责任划分，避免因约定不明引发后续纠纷。同时，受托方在接受委托加工时，也应注意审查委托方的商标权利证明，防范自身卷入侵权纠纷。

来源：中国知识产权报 本报记者 姜旭 通讯员 林愈

【周小丽 摘录】

1.2 【专利】技术首创认证和专利的区别，有专利还需要做首创认证吗？

引言：一个常被混淆的“技术双证书”问题

在企业实践中，“专利”和“首创认证”经常被放在一起讨论，但两者其实分属完全不同的体系。不少企业以为“有了专利就等于证明了首创”，也有企业把首创认证误当成专利的替代品——这两种理解都不准确。理解它们之间的核心区别，是企业正确使用这两种工具的前提。本文将从根本定位、六个维度的系统对比、三组关键词浓缩、常见误区辨析四个层面讲清楚，最后给出企业组合使用的实践建议。

文中参考了智研咨询等国内研究机构在服务技术型企业过程中沉淀的方法论与实践观察。

一、根本定位不同：法律确权 vs 市场认知

两者的差异，首先要从“定位”说起：专利是法律确权工具。它由国家知识产权主管机关依法审查授予，确认的是技术方案的排他性权利——“这项技术归谁、谁能用”，是一个法律问题。首创认证是市场认知工具。它由第三方商业研究机构调研论证后出具，确认的是企业在特定领域的“首创者”地位——“谁是第一个做这件事的”，是一个市场认知问题。一个解决“法律上归谁”，一个解决“市场上认谁”——这是理解两者一切区别的出发点。

二、六个维度的系统对比

在根本定位之上，两者的区别体现在以下六个维度：

对比维度	专利认证 (专利授权)	技术首创认证报告	对比维度
性质定位	法律确权：确认技术方案的排他性权利	市场认知：确认企业在特定领域的“首创者”地位	性质定位
出具主体	由国家知识产权主管机关依法审查授予	由第三方商业研究机构调研论证后出具	出具主体
判断标准	法律层面的“绝对新颖性”审查	特定时间与市场范围内的首创意义判断	判断标准
核心效力	排他性：未经许可不得实施，可对抗侵权行为	证明性：向客户、投资人、招标方传递“首创”事实	核心效力
时间边界	法律规定的固定保护期	通常带有明确的认证时间窗口与市场范围	时间边界
主要应用场景	技术保护、侵权诉讼、许可交易	招投标、融资、品牌传播、政策申报	主要应用场景

对照这张表可以清楚地看到：专利管的是“能不能用”的法律底线，首创认证管的是“是不是第一”的市场认知。两者各有各的战场，并不重叠。以智研咨询等机构的服务经验来看，企业对照这张表时最容易产生困惑的，正是“判断标准”和“核心效力”两行——它们恰恰也是两者最本质的分野。

三、三组关键词：把区别浓缩成记忆点

如果将上面的对比进一步浓缩，两者的核心区别可以概括为三组关键词：

1、“确权”与“认知”的区别：专利解决的是“这项技术归谁、谁能用”的法律问题；首创认证解决的是“谁是第一个做这件事的”的市场认知问题。

2、“绝对新颖”与“情境首创”的区别：专利要求全球范围内的绝对新颖性；首创认证强调的是在特定时间窗口、特定市场范围内的首创意义，例如“国内某细分领域、某时间段内的首创”。

3、“排他”与“证明”的区别：专利赋予排他实施权，可以阻止他人使用；首创认证不产生排他权，它提供的是可追溯、可验证的“首创证明”。

四、常见误区：有了专利就不需要首创认证？

这是企业咨询中最高频的误区。它的错误在于：把两种不同体系的问题，当成了同一件事。

专利保护的是技术方案的排他性权利，解决“纠纷能不能告赢”的问题；首创认证解决的是市场认知问题，解决“客户、投资人、招标方认不认你是开创者”的问题。一个技术再先进，如果市场上没人知道你、没人为你背书，它在商业谈判中就无法转化为优势。

辨析提醒：专利是法定权利，受专利法保护；首创认证是商业机构的第三方专业判断，属于咨询服务结论。两者效力层级不同，不能相互替代，也不应相互混淆——企业在对外宣传中应准确区分“已获专利授权”与“经第三方认证为行业首创”两种表述。

五、企业实践：如何组合使用两种工具

二者是互补关系而非替代关系。以智研咨询等服务机构的实践来看，技术型企业通常采取“专利布局+首创认证”的组合策略：专利守住法律底线，首创认证打开市场认知，两者各司其职、相互配合。

5.1 组合策略的三个典型场景

1、**融资阶段**：专利证明“技术有壁垒”，首创认证证明“市场先发”——一份组合材料比单独任何一份都更能说服投资人。

2、**招投标阶段**：专利满足“技术实力”评分项，首创认证满足“首创/领先地位”评分项，双证齐备更容易在技术标中拿到完整分数。

3、**知识产权纠纷**：专利提供排他权武器，首创认证提供“我首创于何时”的时间证据链——在专利申请、商标异议、商业秘密保护等场景中，首创认证报告能通过系统化的文献检索和时序论证，形成一条完整的时间证据链，为企业维权提供辅助支撑。

举例：一家智能硬件企业手握核心专利，但在融资路演中屡屡被追问“除了专利，凭什么说你是第一”。它补充出具了一份带明确时间边界和市场边界的首创认证报告后，投资人的尽调周期明显缩短——专利回答“会不会被抄”，首创认证回答“是不是第一个”，两个问题缺一不可。智研咨询在为技术型企业提供认证服务时观察到，这一“专利+认证”的组合正成为融资阶段科技企业的标准动作。

5.2 何时优先考虑首创认证？

以下情况，首创认证的边际价值尤其明显：技术已进入公开市场但专利申请尚未授权、技术方案难以通过专利形式保护（如商业模式、配方工艺）、或者企业主要诉求是市场定位而非法律防御。以智研咨询等机构的客户实践来看，走“先认证、后补专利”路径的以消费品与商业模式的创新企业居多，而硬科技企业则更倾向“专利先行、认证跟进”的节奏。

六、总结

技术首创认证与专利认证的核心区别，可以用一句话概括：专利解决“法律确权”，首创认证解决“市场认知”，一个排他、一个证明，一个要求绝对新颖、一个强调情境首创，二者互补而不互相替代。对企业而言，最务实的做法是“双轮驱动”：用专利守住法律底线，用首创认证打开市场认知。智研咨询等服务实践显示，那些在招投标、融资、品牌传播中获益最大的企业，往往不是二选一，而是把两种工具组合成了完整的创新证据体系。

【胡泽华 摘录】

1.3 【专利】美国专利商标局：严斥利用 IPR 获取“诉讼筹码”行为

近日，美国专利商标局（USPTO）局长约翰·斯奎尔斯发布了一项局长先例性决定：驳回一项多方复审（IPR）请求，同时明确六项关键原则，作为 USPTO 决定是否启动《美国发明法案》（AIA）程序的指导依据。约翰·斯奎尔斯早在今年 3 月 23 日就该案发布了不予受理通知，本次先例性决定发布了一份详细意见书，阐述了他驳回此类 IPR 请求的理由。意见书强调，美国国会设立 AIA 程序的初衷是为诉讼提供替代方案，而非将其异化为骚扰专利权人的工具。然而，美国专利审判与上诉委员会（PTAB）过去 15 年的统计数据显示：“许多当事人在提起平行诉讼的同时请求 AIA 复审，以此获取诉讼优势”。此外，请求人实施的诸如连续提交多份请求、在其他司法程序败诉后再度提出请求，以及在不同司法程序中立场不一致等行为，均构成 AIA 程序滥用。意见书进一步指出，AIA 复审程序更侧重于公共利益，而非当事人之间的私人纠纷，私人纠纷属于联邦地区法院诉讼的管辖范畴。相较于 AIA 复审程序，地方法院对专利有效性的审查范围更为广泛；并且地方法院才是裁决私人纠纷的主要平台。关于 USPTO 局长自由裁量权的行使，公共利益是核心裁量因素。相关当事人均应在请求文件和答复文件中对公共利益进行充分论述，以协助 USPTO 作出决策。约翰·斯奎尔斯指出，本案中，请求人 M 公司试图在联邦地区法院败诉后利用 IPR 获得第二次机会。此前，联邦地区法院已裁定 K 公司的专利有效，并驳回了 M 公司关于该专利缺乏新颖性和创造性的专家证词。K 公司称，鉴于 M 公司的 IPR 请求理由与联邦地区法院庭审争议高度相似，应不予受理；而 M 公司则主张，此前专家证词被排除恰恰应成为支持受理的理由。对此，约翰·斯奎尔斯未采纳 M 公司的抗辩理由，认为受理此项 IPR 请求与美国国会将 AIA 程序作为诉讼替代方案的初衷是背道而驰的。在已审结的诉讼中，联邦地区法院未就新颖性与创造性作出裁决，这并不赋予请求人针对同一问题向 USPTO 提起 AIA 复审的权利。专家的证词因其未能披露其所依据的

权利要求解释而被排除，而这本就是请求人所能掌控的范围。准予立案等同于允许重复挑战或给予“第二次机会”，这将违背 AIA 设立的初衷。

【陈蕾 摘录】

1.4【专利】以服务之“优”化解企业创新之“忧”（知识产权报）

强化需求导向，开展重点企业服务；创新服务形式，开展重点行业领域服务；推动资源融合，强化知识产权全链条服务……近日，广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）联合广西壮族自治区工业和信息化厅印发《2026 年中小企业知识产权公共服务专项行动广西实施方案》（下称《方案》），部署以“知识产权公共服务助企惠企”为主题，以服务中小企业为重点，整合资源、优化供给，为企业提供知识产权全链条服务，提升企业知识产权创造质量、运用效益、保护能力和管理水平，推动科技创新和产业创新深度融合，助力经济高质量发展。

“中小企业是重要的创新‘生力军’，但常常会面临知识产权服务‘找不到、用不起’的困境。我们希望通过开展专项行动，聚焦区域内重点产业、重点领域，着力构建知识产权全链条服务体系，推动知识产权公共服务精准直达创新一线。”广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人表示。

靶向发力 精准对接企业需求

“过去，企业遇到知识产权问题，往往不知道该找谁、怎么找。”广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人表示，《方案》的核心思路，就是变“企业找服务”为“服务找企业”。

为实现这一转变，《方案》明确建立知识产权供需对接服务机制。由工信部门动态收集全区优质制造业中小企业知识产权需求，形成需求清单；知识产权管理部门根据企业需求，梳理辖区内公共服务机构的资源优势和特长，建立服务资源清单。在此基础上，相关部门采用企业“出题”、公共服务机构“答题”的互动服务模式，为企业精准提供专利分析、技术转化、侵权预警、海外维权等专业服务，力求解决困扰中小企业的知识产权“卡脖子”问题。

根据《方案》，广西知识产权管理部门将加强与中小企业主管部门联动，围绕优化提升传统产业、培育壮大新兴产业和未来产业，深入了解专利产业化样板企业培育库入库企业、专精特新中小企业等重点企业的实际需求，整合辖区内公共服务机构、市场化机构、行业协会等资源，针对企业服务需求设计和提供差异化服务。

“我们将创新服务形式，开展重点行业领域服务。”广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人表示，该局将按照《方案》要求，紧扣人工智能、关键金属、特色农业等重点产业，开展专利导航、专利信息检索分析、海外专利侵权预警与维权等业务咨询、辅导和信息服务；聚焦重点产业“卡脖子”技术攻关，发挥知识产权公共服务机构作用，持续推进关键核心技术攻关知识产权公共服务行动，开展“一对一”知识产权服务，助力关键核心技术创新与突破；加强面向重点行业、重点领域的知识产权宣传，组织开展知识产权重点产业领域培训。

“知识产权供需对接服务机制的形成，源于此前的有益探索。”广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人介绍，2025年，广西以专利转化运用专项行动为牵引，深入开展“知识产权服务万里行”活动，组织开展相关活动1480场次，参与企业数量1.8万家，推介专利2600余件，实现转化落地或达成合作意向的专利1322件；开展实施商标品牌战略暨地理标志助力乡村振兴大宣讲活动，举办线上线下宣讲活动316场，服务经营主体超6.7万人（家），开展商标品牌“一对一”帮扶活动受益主体超5000人（家）；开展知识产权质押融资“入园惠企”专项服务，走访服务企业80多家，开展活动近50场，有力服务中小企业创新发展……这些实践为《方案》的出台积累了经验、奠定了基础。

链式服务 打通“最后一公里”

《方案》强调要强化知识产权全链条服务供给。按照要求，广西将统筹“知识产权服务万里行”“千企知识产权护航”“‘千企百城’商标品牌价值提升”等重点工作，强化知识产权多环节、全链条服务供给。

在涉外知识产权服务方面，《方案》要求，依托维权援助中心和海外纠纷应对指导平台，实施企业侵权风险调查与海外风险防范。2025年，广西开展“千企知识产权护航”行动，帮助企业排查出知识产权风险点613个，培训企业161家，面向28家企业开展“面对面问诊”知识产权服务。同时，广西还依托中国—东盟知识产权数据库与司法判例库，深化人工智能技术应用，上线“知识产权风险一键查”小程序等智能工具，大幅降低中小企业获取知识产权保护服务的时间成本。

在服务网络下沉方面，广西将推动省、市、县（区）服务网络有效衔接，在科技园区、产业园区、中小企业特色产业集群建立知识产权公共服务机制或设立工作站，鼓励运用流动工作室、专利特派员、服务专员等模式。“我们的目标，是让企业在‘家门口’就能享受到专业的知识产权服务。”广西壮族自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人表示。

为了强化服务支撑，做好活动衔接，广西将充分发挥辖区内各类知识产权公共服务机构、中小企业公共服务平台在对接企业需求、解决企业知识产权问题上的支撑作用，积极引入优质市场化机构和行业协会等社会资源，做好服务对接和支持保障；结合本地区产业特点和民营企业需求，做好中小企业知识产权公共服务专项行动、“桂在益企”中小企业服务行动等重要活动安排的统筹衔接。

《方案》还鼓励全区市场监管部门结合区域产业特点，策划组织专场活动，采取现场对接、项目路演等多种形式，提升服务有效性，扩大服务覆盖面；市场监管、工信部门加强协调协作、信息互通、资源共享，推动服务资源整合共享，有序推动专项行动落地见效。

“从‘企业找服务’到‘服务找企业’，从‘运动式帮扶’到‘常态化供给’，我们将努力以知识产权公共服务之‘优’化解中小企业创新之‘忧’。”广西壮

自治区市场监督管理局（知识产权局）有关负责人表示，下一步，广西将指导各地加强部门协作，统筹衔接各项重点工作安排，做好中小企业知识产权公共服务专项行动组织实施，推动服务行动落地见效，为培育和发展新质生产力注入源源不断的知识产权公共服务支撑。

【马佳欣 摘录】

1.5 【专利】域外传真 | Peloton 侵犯 NEC 专利，被判赔 2050 万美元

2026 年 7 月 31 日，特拉华州联邦陪审团裁定，Peloton 侵犯了 NEC 公司一项涉及内容流媒体技术的专利，并判令其向 NEC 支付 2050 万美元的赔偿金。

根据陪审团裁决书，Peloton 通过其设备中集成的两款第三方视频播放器 Google ExoPlayer/Media3 和 Apple AVPlayer，直接侵犯了美国第 8,752,101 号专利的第 1、11、22 和 26 项权利要求。在抗辩方面，陪审团认为 NEC 未能证明 Peloton 积极诱导其客户实施侵权行为；同时，Peloton 也未能证明涉案权利要求因“缺乏充分的书面说明”而无效。

在赔偿认定上，陪审团裁定赔偿款采用截至审判日的持续许可费（running royalty）模式核算，而非一次性总付赔偿金（lump sum）。此外，陪审团认定 Peloton 的侵权行为不构成故意侵权。由于未认定故意侵权，NEC 主张惩罚性赔偿的依据不复存在。同时，案涉赔偿仅弥补 NEC 截至庭审当日已产生的侵权损失，裁决未就庭审结束后的侵权赔偿计算标准作出明确安排。

涉案专利名为“分发系统”（Distribution system），于 2014 年获美国授权，优先权基础为 2009 年 11 月 5 日提交的日本在先专利申请。该专利涉及自适应码率流媒体（adaptive bitrate streaming）技术，具体涵盖根据距离预定播放的剩余时长、终端设备已缓存数据量动态调整视频编码码率。前述两款被控侵权的视频播放器均为谷歌和苹果提供的第三方产品，后被集成于 Peloton 的设备中。

陪审团核算合理许可费时，法庭指引其以 2016 年 7 月虚拟许可谈判为基准时点，且仅能依据涉案流媒体专利自身技术价值测算赔偿金额，不得将 Peloton 整机产品全部价值纳入计算范围。

NEC 于 2022 年 7 月 28 日提起本案诉讼，最初主张三项专利，但其中两项未能进入陪审团庭审程序。应 Peloton 申请，美国专利审判与上诉委员会（PTAB）已宣告其中一项专利无效。在 6 月 30 日裁决中，法官就美国第 8,909,809 号专

利作出简易判决，法院认定 NEC 无法举证证明 Peloton 服务落入美国专利第 8,909,809 号权利要求保护范围（无论是字面侵权还是等同侵权，均无法证实被控服务使用专利限定的特定修正参数）。此外，由于 Peloton 在起诉前一日才收到 NEC 的通知函，法院早前已驳回 NEC 关于诉前间接侵权和故意侵权的主张。

自适应码率流媒体技术早已给 Peloton 带来高额成本支出。2023 年，美国国际贸易委员会（ITC）作出禁令裁定，禁止进口 Peloton 相关硬件产品，Peloton 随后向 DISH Network 支付 7500 万美元，达成同类流媒体专利争议的和解。截至目前，另有两起针对 Peloton 的专利侵权诉讼处于审理程序阶段：一起为 Portus 公司于 2026 年 5 月提起，另一起由 Flow Motion Research and Development 于 7 月立案。

案件裁决作出后，原被告双方均有权提交庭后动议，申请法官撤销陪审团裁决或调整赔偿数额；若一方不服最终判决，败诉方可向美国联邦巡回上诉法院提起上诉。

【王哲璐 摘录】

1.6 【专利】技术启示的制度演进及撰写指引

在我国《专利审查指南》所确立的“三步法”中，第三步的核心命题是技术启示的判断，即“现有技术整体上是否存在某种技术启示，即现有技术中是否给出将上述区别特征应用到该最接近的现有技术以解决其存在的技术问题的启示”。本文拟从技术启示规则的历史切入，梳理其制度演进脉络与本土化发展，分析当前的争议与最新规则，最终回归专利撰写实践，探讨如何在申请文件层面主动应对技术启示的审查逻辑，前置构建创造性的论证基础。

一、制度溯源：技术启示的演进

（一）在 20 世纪中叶以前，专利创造性判断主要依靠裁判者的主观判断，基本处于“凭感觉”的状态。早期的英美法系着重考察发明人个人的智力水平，认为只有展现出“超越常人的智慧火花”的发明创造才值得获得专利保护，以此过滤掉显而易见的微小改进。但这套标准自带强烈的主观色彩，不同裁判者对同

一项技术的结论可能天差地别。

(二) 1952 年, 美国《专利法》正式确立“非显而易见性”这一判断要件, 将判断标准从“人”切换至“技术”, 但彼时的法条只给了宏观的原则, 而没有提供可操作的方法。于是, 新的问题出现了: “事后诸葛亮”。只要看过发明方案, 就会本能地觉得“这个方案顺理成章”。孤立的“非显而易见性”这一标准, 仍然难以削弱主观性的影响, 无法提供稳定的权利预期, 即便都是基于“非显而易见性”这一原则进行评价, 不同裁判者的判断标准仍然会存在较大差异。

1982 年美国联邦巡回上诉法院成立后, 为了统一裁判尺度, 在一系列判例中提炼出了 TSM 测试(教导-建议-动机测试), 其核心是: 要认定多项现有技术的组合显而易见, 必须从现有技术里找到明确的教导、建议或动机, 证明本领域技术人员有理由把这些技术拼到一起; 不能由法官或审查员凭自己的认知凭空拼接。

这套规则大幅遏制了“后见之明”, 很快成为全球专利体系的通用参考。但随着时间的推移, TSM 测试的规则缺陷逐渐暴露, 即只要没有白纸黑字记载“可以结合”, 就不算给出了启示, 哪怕组合逻辑再符合常识也不行。僵化的规则催生了大量“拼凑型专利”, 只要把两个现有技术拼起来, 再换个说法写, 就能绕过 TSM 测试拿到授权。专利数量涨了, 却对真正的创新无益。

(三) 修正: 回归真实研发逻辑

2007 年的 KSR International Co. v. Teleflex Inc.案, 是技术启示规则的重要转折点。联邦最高法院修正了美国联邦巡回上诉法院的判决, 发出了明确的指引, 即 TSM 是重要参考, 但不是唯一标准, 技术启示可以来源于本领域的公知常识、市场需求、技术发展的普遍趋势等任何已知的需要或问题。本领域普通

技术人员可预期的成果，可能是普通技术和常识的结果，而非创新的结果。

上述“修正”背后更深层的原因是：随着技术积累越来越多，开拓性发明越来越少，而改进性质的组合型发明越来越多，针对创造性劳动的主要表现形式的变化，及时调整裁判标准，将创造性判断从“有没有新零件”转向“零件组合有没有真智慧”。这实际上也是客观世界发展的必然，而非裁判者的一时兴起。

（四）本土化：我国三步法下的技术启示

我国专利制度中的技术启示，是“三步法”框架下融合欧洲“问题-解决方法”与美国动机规则形成的本土化方案。《专利审查指南（2023年版）》明确规定：判断显而易见，核心就是看现有技术整体上是否存在技术启示，“这种启示会使本领域的技术人员在面对所述技术问题，有动机改进该最接近的现有技术并获得要求保护的发明”。

2023版指南还专门做了两处细化：一是强调区别特征的效果要放在整体方案里评价，不能脱离方案；二是强调功能上相互配合的特征要整体评价，不能随意拆分。本质上都是在做同一件事：让技术启示的判断更贴近真实的研发逻辑。

小结：上面历史脉络虽然反映了技术启示评价标准的变迁，其评价的基准似乎是随着技术总量的累积而提高的，但其内核并未发生变化，即将人类创造性劳动的评价显性化，找出能真正体现人类智慧的成果，开拓有开拓的智慧，组合有组合的智慧。

二、左右为难：技术启示判断的三大现实困境

尽管技术启示相关理论经过了多次修正，但在实务中，其依然是最容易产生分歧的环节。核心原因是：人天然带有事后视角，容易将技术上的可行性替换为技术启示本身。

结合三则最高法改判的典型案例，可以看到三类最常见的判断偏差。

案例 1：

电梯伸缩轿厢案（专利号 ZL201721819765.3），涉案专利的核心是让电梯轿厢实现尺寸伸缩，适配不同井道，做到“一梯多用”。无效请求人拿出两份对比文件：一份是可调节长度的电梯承重梁，解决的是梁体标准化、减库存的问题；另一份是可拆卸轿厢，解决的是狭小井道拆装方便的问题，本身完全没有“调节轿厢尺寸”的需求。

一审和无效程序都觉得“伸缩结构是常规技术，轿厢也是常规结构，结合起来很容易想到”，认定没有创造性。而最高法二审改判：两份对比文件都没有“调节轿厢尺寸”的研发目的，与本专利的核心问题缺乏关联，本领域技术人员根本不会想着去改造固定尺寸的轿厢实现伸缩，因而技术启示不成立。

案例 1 中的评价偏差最隐蔽：评判者带着对发明方案的认知，给现有技术设置了一个它本来没有的问题。而技术启示的逻辑起点是“要解决的技术问题”。如果问题本身就不存在，那后续的启示推导自然会出现偏差。

案例 2：

集装箱角件连接部件案（专利号 ZL201620607254.4，案号 (2020) 最高法知行终 185 号），涉案专利把连接件做成双向可插，解决装配时容易插反的问题。但最接近的现有技术，核心目的恰恰就是“防止插反”，专门做了单向限位结构，从设计根上就排除了双向插接的可能。

一审认为：“双向插接就是改改尺寸，常规操作”，认定有启示。最高法二审认为：现有技术明确说了要防反插，与双向可插是矛盾的，在反向教导之下，本领域技术人员不会往与现有技术相反的方向改进，因而不存在技术启示。

案例 2 中忽略了反向教导，这实际上是忽略了现有技术的“此路不通”，这种反向教导本来是最强的技术启示阻断理由，但实务中经常被忽略。

典型案例 3：

散热基体及 PTC 加热器案（专利号 ZL201520594810.4），涉案专利的区别特征是腔体外壁的槽状结构，但这个槽必须配合腔体内部的外凸弧面一起用，压制的时候给侧壁形变留空间，二者缺一不可。最接近的现有技术内壁有定位条，核心功能是给加热芯居中定位；硬加这个槽，定位条就歪了，核心功能就无法实现了。

一审实际上是孤立看待槽的结构，单纯的槽很常见。而二审中最高法认为：这个特征不是独立通用的零件，要依靠配套结构才能起效；强行将原有核心功能破坏来得到特定位置的槽，本领域技术人员不会做这种得不偿失的改造，因而没有技术启示。

技术方案是有机整体，每个特征的功能都依赖和其他特征的配合。但实务中常常把权利要求拆成一个个孤立的零件，分别找现有技术来评价，以此说明零件的组合显而易见。

小结：

从上面三个案例可以看出，在技术启示的判断中，发生偏差的形式是多样的，但核心是一样的，即“本领域技术人员”并不能获得相应的指引，在做出存在技术启示的判断时，无论是技术问题，还是改进动机，本领域技术人员能从现有技术中获得帮助，而都不能遇到明显的障碍。

三、化被动为主动：技术活动的主动展示

“本领域技术人员”这一视角是评价技术启示的基础，但囿于执行者是自然人

这一点，该视角是难以避免的带有主观性的。“在评价中的偏差在评价中纠正”，是目前普遍做法，即针对主观判断的不当，通常是在实质审查阶段、无效阶段或诉讼阶段中抗辩；诚然，这些是必不可少的。但在笔者看来，申请文件是所有抗辩的基础，也几乎是展示发明人创造性劳动及其成果的唯一载体，除了事后的抗辩，还应当考虑在撰写阶段充分展示发明人的技术活动，体现出创造性。而要想真正体现出创造性劳动，就需要在申请文件中还原真实的研发链条，从技术问题的发现及其成因分析，到技术方案及其效果的分析，全方面挖掘发明人的智力活动过程。

下面提供以下两点，供读者参考：

（一）找“难点”，而不只是“发明点”

“发明点”是所有撰写过程的基础，每个代理师在撰写前的第一个动作都是找到或确认“发明点”，但“发明点”这一概念是相对含糊的，并没有准确的定义；实务中，对“发明点”的表达通常是，“在现有产品的某处进行了某改进，解决了某问题，达到了某效果”，且在申请文件中也会以此逻辑来呈现，但发明人的劳动量并不一定聚集在此过程中，例如，一位发明人发现屏幕存在异常，但不知道具体原因，他可能花了一个月的时间，经过大量实验才发现，原来是驱动电路中某两个信号线的交叉处存在寄生电容，对信号造成扰动。而后续仅花了一周时间重新设计了电路，将两个信号线错开，从而减少了扰动，改善了显示异常。

若用仅采用“发明点叙事”，最终可能会呈现出两个现有的信号线错开设置，而错开又是减小寄生电容的常规手段，在后续的审查等程序中，有较大的风险被认为是容易想到，且容易找到能给出技术启示的现有技术。显然，“发明点叙事”并不足以完整反映创造性劳动，真正能阻碍技术启示的往往是“难点”。正如

(2024) 最高法知行终 688 号判决中确定的那样，若发明创造的主要技术贡献在于发现了本领域技术人员难以发现的技术问题，并在找出原因后提出了解决该技术问题的技术方案，不宜仅以解决该技术问题的技术手段为本领域常规技术手段来否定其创造性。

(二) 还原性的呈现方式

还原性是指在申请文件中还原研发链条，可以大致按照这样的逻辑链条来梳理说明书的呈现架构：

特定的应用场景→发现某个技术问题→分析技术问题成因→提出了多种技术方案→各方案各有优点，除此之外，还可以追加效果验证类的内容。

通过上述逻辑链条可以清晰呈现整个研发过程，无论是发明点，还是研发过程中的难点都可以得到呈现，而不会遗漏，为后续可能存在的针对技术启示抗辩提供充分有力的依据。

关于技术问题，这里需要额外说明，技术问题的表达应当还原发明人或本领域技术人员能直接发现的现象，而不是与技术问题成因相混淆；在上文屏幕的例子中，技术问题应当是屏幕存在显示异常，例如波纹、亮点、闪烁等，而不应该是两信号线的存在寄生电容。在该应用场景下，基于当前的技术水平，本领域技术人员难以直接就发现技术问题定位到信号线及其寄生电容上。不当的定位技术问题，将会极大削弱创造性劳动的呈现。

此外，需要当心的是，在研发链条中，有可能存在一些原创的基础性理论或研究，这些有可能是不适宜公开的，但整体上展示出发明人“克服了什么”这一思路本身是正确的。

四、结语

技术启示虽然处于不断修正的过程中，但其核心是不变的，即筛选出真正有价值的创新。撰写工作从来不是把技术文档转换成专利格式的格式转换工作，而是对研发活动和研发成果的价值呈现。审查要判断有没有真创新，我们就主动把创新的全过程摊开给人看。一份好的申请文件，不应该只是不漏掉交底书里的技术特征，更应该不漏掉研发过程中每一处能体现创造性劳动的细节，这样才能体现出专利撰写工作真正的价值。

【陈建红 摘录】

1.8 【专利】关于修改《专利优先审查管理办法》的说明

一、修改必要性

习近平总书记强调，要提高知识产权审查质量和审查效率，研究实行差别化的产业和区域知识产权政策，完善知识产权审查制度。《知识产权强国建设纲要（2021—2035 年）》强调要完善以强化保护为导向的专利商标审查政策。为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，更好发挥专利优先审查制度作用，助力培育和发展新质生产力，国家知识产权局对《专利优先审查管理办法》（以下简称《办法》）进行修改。

二、修改主要过程

2025 年 11 月至 12 月，《办法》定向征求意见。2026 年 2 月至 3 月，面向社会公开征求意见。对各方面反馈意见进行了充分研究和吸收采纳，形成《办法》送审稿，经国家知识产权局局务会审议通过，于 2026 年 7 月 28 日国家知识产权局令第八十五号公布，自 2026 年 9 月 1 日起施行。

三、修改主要内容

修改后的《办法》共计 24 条，分为总则、适用条件、提出请求、审核与审查程序、监督管理以及附则六章，主要修改内容如下。

一是结合新形势调整适用条件，突出国家需求。进一步聚焦服务新兴产业和未来产业领域的高质量申请（第二条、第五条）；根据专利法及其实施细则的修改，并参考当前实践中的成熟做法，适应性调整了专利优先审查的适用范围（第四至六条），明确了不予优先审查的情形（第八条）。

二是完善全流程管理体系，强化质量导向。在管理机制上，强化央地协同，进一步规范优先审查推荐工作，引导省级知识产权局加强对请求主体的管理和精准服务（第十三条、第二十条），明确对专利优先审查数量的分配和管理原则，强化激励约束机制（第十九条）；在审查组织上，进一步规范优先审查受理、审核、审查等各环节工作，提高审查质量和效率（第三条、第十三至十五条、第二十一条）；在源头质量上，突出优先审查案件的技术创新和转化运用价值（第五条），强化专利代理机构对请求主体提供的服务保障，持续提升优先审查案件质量（第七条），对违反诚信原则行为实施相应罚则，筑牢质量底线（第二十二条）。

三是优化操作程序和标准，提升用户体验。在办理手续方面，完善现有技术材料提交要求，进一步便利申请人提交优先审查请求（第十一条），同时明确优先审查服务不收取额外费用（第十二条）；在处理程序方面，聚焦实践中反映较为集中的问题，充分吸纳当前成熟有效的做法，对具体操作进行了优化（第十条、第十五至十八条）

【翟小莉 摘录】

热点专题

【知识产权】卖的是正品，为何会侵权？——论商标权利用尽的边界

在涉及商品转售的商标侵权案件中，被告常提出看似合理的抗辩：“我卖的是正品，为何会侵权？”这源于商标法中的权利用尽原则，即商品一经商标权利人售出，其对该商品上的商标权即告用尽，无权再控制后续流通。该原则的法理基础在于，商标权利人已在首次销售中获得回报，不应就同一商品反复获益，这亦是保障商品自由流通、增进消费者福祉的题中之义。

然而，**销售正品不等于可以随意使用他人商标。一旦销售行为超出合理边界，即便商品为真，仍可能构成商标侵权或不正当竞争。**品牌方、销售方与消费者三方利益的此消彼长，使得这条边界始终处于动态调整之中。近年来，随着商业模式创新，此类纠纷频发，裁判规则也日益细化。本文旨在结合司法理念与实践，系统梳理正品销售中合法使用他人商标的边界。

一、权利用尽原则的适用前提

要理解正品销售为何可能构成侵权，需首先厘清权利用尽原则的适用前提。商标法中的权利用尽原则的适用，建立在“商标标志不变”与“商品本身不变”的基础之上。一旦任一前提被打破，权利用尽便无从谈起。

其一，销售过程中改变注册商标标样。“商标标志不变”既要求产品本身保持商标原样，也要求销售过程中保持商标不变。如果在宣传图片、店铺装潢中对商标进行二次编辑，如改变颜色、调整字体或截取使用。这种行为至少在 3 个层面损害了商标权利人利益：破坏商标所承载的质量与品牌形象的一致性；干扰商标固有的渠道划分与市场管理功能；易造成混淆，使消费者误认为销售方与品牌方存在授权、加盟等特定商业联系。销售方通常会以“微小调整不影响识别”“属于指示性合理使用”等理由抗辩。这一场景下需要判断的核心，在于改变商标标识到什么程度才足以打破权利利用尽的前提。

其二，商品本身的实质性改变。改变商品本身比较常见的情形，包括将正品分装后重新包装销售、对旧货翻新后以新品名义销售，或将赠品单独定价销售等。分装行为不仅改变了商品状态，还可能因包装质量问题损害商品品质，使权利人失去对商品质量的控制。翻新行为则更为彻底，即便核心部件来自正品，但经过实质性改造后以新品销售，已不再是商标权利人投放市场的原始商品。至于赠品单独销售，争议较大，有观点认为品牌方以赠予形式流通，未体现销售意图，不构成权利利用尽；但也有观点认为，只要商品经品牌方同意进入流通，无论有偿无偿，权利利用尽均应适用。目前，上述争议问题尚无统一裁判规则，需结合赠品性质、品牌方是否明令禁止等因素具体判断。简而言之，权利利用尽保护的是“商品的自由流转”，而非“商品的自由改造”。

二、指示性使用的合理边界

若销售方未改变商标与商品，仅在销售过程中使用品牌商标以告知消费者商品来源，即指示性使用，属于商标合理使用的一种。但“合理”二字，也会成为争议焦点。

判断是否超出合理范围，主要从以下几个方面进行考量：使用是否必要，是否为说明商品来源所必须；使用的方式与强度如何，是在商品信息中客观描述，还是在店招、首页等处全方位突出展示；是否会造成混淆误认，若使用方式使公众误认为销售方与品牌方存在特定商业关系，则行为已从指示商品来源转变为指示销售服务来源，可能构成侵权。需要注意的是，不同行业消费者的认知预期不同，如在奢侈品行业，店招使用品牌商标极易被认为是专卖店，而在五金建材行业，零售商在店铺招牌上使用多个品牌是常见现象，通常不会造成误认，此类行业差异也是判断指示性使用边界时不可忽视的因素。

相较线下实体店铺，**线上场景更为复杂**，店招延伸为电商平台上的店铺名、主图、详情页等，**以下行为是否超出合理范围均存在争议：**在店铺名中直接使用品牌名；在主图中大幅突出展示商标而非商品本身；大量复制官方宣传素材；设置“正品验证”等暗示与官方关联的页面；将品牌名作为搜索关键词引流等。上述行为的共同点在于已超越“告知消费者我卖什么”的必要限度，滑向“使消费者以为我就是官方”的攀附范畴，合理性存疑。而适度且克制地展示带有商标的商品实物图、在参数中客观标注品牌名称等，通常被认为属于合理使用。

除了商标法外，反不正当竞争法还提供了更宽泛的规制视角，其第二条作为“一般条款”，在正品转售案件中常有适用，因此类行为往往具有复合性，部分经营模式层面的问题难以被商标法完全覆盖。实践中，主要行为模式包括：攀附型混淆，即通过网站名称、页面设计等使公众产生关联关系混淆；破坏经营模式型，如通过欺诈、规避限购等手段囤货转售，破坏品牌方的价格与促销体系；商誉损害型，非授权销售方的低质服务、不良售后，可能导致消费者将不满转嫁至品牌方，损害其商誉。需要注意的是，竞争本身就是优胜劣汰，“破坏经营模式”的认定必须严格审查“手段是否正当”，不能仅因商业模式受损就认定不正当，否则将压缩正常的市场竞争空间。

三、权利用尽原则的扩张适用与举证考量

讨论边界时，要关注权利用尽的扩张适用趋势。权利用尽的边界在不同知识产权类型中并非一成不变，需根据权利性质、行业特点与公共利益综合考量。

在诉讼程序中，被告主张权利用尽抗辩，需对商品系正品且来自合法渠道承担举证责任。实践中，**若被告仅能提供少量购买凭证，无法证明其全部库存来源，则应承担举证不利的后果。**在赔偿数额确定上，法院通常会综合考量侵权规模、主观恶意、权利商标知名度及维权合理开支等因素，对恶意侵权且情节严重的，可适用惩罚性赔偿。

“我卖的是正品，为何会侵权？”回到开头这一问题，其**关键不在于商品真假，而在于销售方如何使用他人商标、如何经营。**商标权利用尽与

商标保护并非对立关系。前者保障商品自由流通，后者维护商标识别功能与品牌商誉，二者的平衡点在于合理使用这条动态边界。随着电商发展与商业模式持续创新，正品转售纠纷将不断涌现，裁判规则亦将持续细化。对于品牌方而言，这是维护渠道与形象的重要战线；对于销售方而言，这是不可逾越的合规红线。理解并探寻这条边界，既是对权利的尊重，也是对商业创新与有序竞争的保障。

（来源：中国知识产权报）

【何佳颖 摘录】