

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

第六百七十期周报

2026.11. 14-2026.11.21

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】平行进口正品转售中商标侵权与虚假宣传的认定边界——以“CILOCALA”案为分析样本

1.2【专利】我国创新产出提质跃升靠什么？

1.3【专利 】一枚“红标”点亮地方特产“金字招牌”

1.4【专利 】涉人工智能司法案例裁判要旨的类型化拆解

1.5【专利】国家知识产权局关于公布茶淀玫瑰香葡萄等29个国家地理标志保护示范区的通知

每周资讯

1.1【商标】平行进口正品转售中商标侵权与虚假宣传的认定边界——以“CILOCALA”案为分析样本

“本文以 CILOCALA 案为样本，讨论平行进口正品转售中商标侵权与虚假宣传认定的两个规范问题：附加标识在何种条件下构成独立的商标性使用，以及商品标题中的授权表述应在何种语境下判断其真实性。”

平行进口的合法性，在我国现行法中并无直接的成文规定。商标权的地域性赋予权利人在不同法域分别取得和保护商标的权利，而商品的跨境自由流通又使得经权利人投放于境外市场的正品可能回流至境内。二者之间的张力，长期依靠司法实践中的“来源识别功能”标准加以调和：转售行为是否构成商标侵权，不取决于商品是否“经境内权利人许可进口”，而取决于该行为是否割裂了商标与商品来源之间的真实联系、是否可能导致相关公众对商品来源产生混淆。CILOCALA 案将这一标准适用于“境内授权渠道+境外授权渠道”的混合来源情形，并对转售者附加自有标识、使用“官方授权”表述等边界行为作出了分层定性。本文以该案为样本，讨论平行进口正品转售中商标侵权与虚假宣传认定的两个规范问题：附加标识在何种条件下构成独立的商标性使用，以及商品标题中的授权表述应在何种语境下判断其真实性。

一、正品事实与来源识别功能的实质判断

平行进口案件中，原告的诉讼请求通常建立在两个相互关联的主张之上：其一，被告的进口行为未经其许可，违反了海关监管或关税缴纳义务；其二，被告的销售行为侵害了其注册商标专用权。这两个主张在法律上分属不同层面。报关与关税属于行政监管事项，其合规与否并不当然决定民事侵权的成立；商标侵权的认定，应当考察商标法所保护的来源识别核心功能是否受到损害。

CILOCALA 案的一审与二审均以“正品事实”作为裁判的逻辑起点。被告提交的采购记录、代销协议和物流凭证显示，涉案商品分别来自原告授权的境内销售代

理、韩国购物网站及香港柜台。原告在一审庭审中当庭确认商品“从外观看应该是正品”。正品事实一旦成立，商标侵权的事实基础便发生了根本变化：被告销售的是商标权人自己生产并投放市场的商品，而非假冒注册商标的商品。在此情景下，转售行为所使用的商标与商品来源之间的对应关系并未被虚构或割裂，商品上附贴的商标仍然真实指向原告，相关公众不会因销售主体从授权经销商变更为平行进口商而对商品来源产生误认。这一判断与欧宝诉施富案所确立的规则一致：平行进口的正品，未损毁、遮盖商标标识，未变更商品质量和包装的，不侵害商标权。

值得进一步辨析的是“境内权利用尽”与“境外平行进口”在法理基础上的差异。对于从境内授权渠道采购的商品，商标权人或其授权主体的首次销售已经实现了商标权的经济回报，后续转售不再需要新的许可，这是权利用尽的典型适用。对于从境外授权渠道采购的商品，境内商标权人并未就这些特定商品在境内实施过销售行为，权利用尽原则不能直接套用；其不侵权的依据在于，商品同样源自商标权人，来源识别功能未受损害，而非境内权利已经“用尽”。CILOCALA 案二审判决以“商标权人生产并由其授权经销商投放市场销售的商品”这一表述统合两种来源，实质上将“来源识别功能未受损”确立为共同的上位标准，避免了在权利用尽与平行进口之间作出非此即彼的僵硬区分。

二、附加标识的功能定性：来源识别与渠道标识的区分

CILOCALA 案中更具方法论意义的争点，是转售者在正品上附加带有权利人商标的塑料吊牌的行为。吊牌标注“CILOCALA”及“正品保障拆下不退不换”字样，形式上是在商品上使用了他人注册商标。如果仅从“商标在商品上出现”这一形式事实出发，很容易得出构成商标性使用的结论。一审与二审法院均未采取这一形式路径，而是转向对吊牌实际功能的审查。

二审判决的论证可以拆解为三个层次。**其一，行为目的：吊牌系为区分销售渠道及防止恶意退换货，而非指示商品来源于转售者。其二，行为方式：吊牌未对商品原有商标标识进行遮盖、替换或重新包装，商品本身及外包装上由权利人**

贴附的商标完整保留。其三，行为效果：吊牌的使用未改变商品与商标权人之间的来源识别关联性，亦未以攀附商誉或混淆来源为目的不当利用涉案商标。

这一功能主义定性的规范意义在于，它将“商标性使用”的判断从“标识是否出现”推进到“标识发挥何种功能”。商标法保护的是商标的来源识别功能，而非商标符号本身。当转售者附加标识仅发挥标明销售渠道、防范恶意退换货的作用，且权利人原有商标标识完整保留、商品来源指向未被遮蔽的，该类标识使用行为不属于《商标法》第五十七条所规制的“商标性使用”。反之，如果附加标识导致消费者误认为商品来源于转售者而非商标权人，或者对商品品质、售后服务产生与权利人无关的合理期待，则可能超出正品转售的合理边界。这一区分，为电商环境中大量存在的“正品转售+渠道标识”模式提供了可操作的分析框架。

三、“官方授权”表述的语境解释与虚假宣传的认定

虚假宣传的认定，在平行进口案件中往往涉及对商品标题中“官方授权”“官方店铺”等表述的定性。CILOCALA 案二审判决的论证方式，提供了一个值得关注的解释路径：争议用语不能从标题中抽离出来孤立判断，而应结合标题全文、店铺性质、行业通行表述以及权利人自身的使用实践综合认定。

被告的商品标题为“日本正品 CILOCALA 官方授权双肩包大容量儿童小学中学生书包电脑包”。原告主张该表述使消费者误认为被告店铺获得了原告的直接授权。二审法院查明，被告在商品详情页及店铺名称中均明确标注商品为代购性质，网页未对商品来源、质量进行虚假陈述；被告与原告境内销售代理签有《代销协议》《团购合作协议》，商品本身及外包装完整标注商标，来源具有合法性；标题中的“官方授权”指向的是商品来源于已取得原告授权的销售渠道，而非宣称店铺自身获得直接授权。更为关键的是，法院查明原告自身官方旗舰店的商品链接中亦使用“日本 CILOCALA”等地域性标识，表明此类表述在行业内具有合理使用空间。基于以上语境，法院认定被告的使用“与商品实际来源亦相符，未虚构授权关系”，不构成虚假宣传。

这一认定的方法论价值在于，它拒绝了一种“关键词式”的虚假宣传审查：仅仅因为标题中出现了“官方授权”字样，并不足以认定宣传内容虚假；关键在

于该表述在特定语境中所传递的信息是否与客观事实相符。对于平行进口和代购经营者而言，标题中的“官方授权”如果指向商品的上游授权渠道而非自身的授权身份，且店铺已以合理方式标明代购性质，则该表述不构成虚假陈述。这一标准既保护了消费者获取真实信息的利益，也避免了将正当的商品来源描述作过于严苛的否定评价。

四、反不正当竞争法第二条的严格适用与行政事项的民事切割

CILOCALA 案还触及两个具有一般意义的边界问题：平行进口中的价格差异是否构成不正当竞争，以及报关、中文标签等行政合规事项能否作为民事侵权的独立依据。

关于价格差异，二审判决明确，将不属于《中华人民共和国反不正当竞争法》第二章所列具体不正当竞争行为的情形纳入第二条原则性条款规制，应当慎重，适用更加严格的标准。被告通过合法渠道采购正品，未篡改来源信息，未虚假宣传，其销售价格低于原告境内官方渠道，系原告自身区域定价策略及平行进口商品流通特性所致。经营者寻求低价货源、降低经营成本的行为本身不具有《反不正当竞争法》意义上的可责性；平行进口客观上拓宽消费者获取正品的渠道，符合商品自由流通的市场原则。这一立场与欧宝诉施富案一脉相承，也为平行进口领域中以“扰乱价格体系”为由提起的不正当竞争指控划定了边界。

关于行政事项，二审判决将报关及关税缴纳问题明确归入行政监管范畴，认定其“与市场竞争行为合法性无直接关联”；中文合格证的缺失，系境外销售版本本身即未配备，属商品流通区域差异，不能据此推导出商标来源识别功能被割裂或商品非正品的民事结论。该区分规则意在厘清民事审判与行政监管的边界，防止民事案件承载行政监管功能。

结语

CILOCALA 案一审、二审均驳回原告全部诉讼请求，其意义不在于为平行进口提供一项无条件的豁免，而在于重申了一个基本的规范立场：商标法与反不正当竞争法保护的是来源识别功能与公平竞争秩序，而非权利人对商品流通渠道和价格

体系的绝对控制。正品事实是平行进口抗辩的事实基石；附加标识是否构成商标性使用，应依据其实际功能而非形式判断；“官方授权”等表述的虚假性，应在完整语境中审查；价格差异与行政合规事项，不应被轻易转化为民事侵权责任。对于平行进口和跨境代购经营者而言，这一分析框架所提供的，不是一条可以机械套用的规则，**而是一组可检验的判断要素：商品来源是否可追溯至权利人，权利人商标标识是否完整在场，附加标识的功能是否限于标明销售渠道，商品描述是否与上游授权渠道的真实情况相符。**

来源：李龙飞 许佳洵 广东广和律师事务所

【周小丽 摘录】

1.2【专利】我国创新产出提质跃升靠什么？

创新产出位列第五！核心指标再居首位！细分指标登顶全球！世界知识产权组织日前发布的《2026 年全球创新指数报告》（下称《报告》）显示，中国创新综合排名再居全球第十，创新产出单项排名位列全球第五，核心指标“知识与技术产出”连续第二年位居第一。相较于创新投入规模，中国取得了更为丰硕的创新产出成果——这条投入产出效率曲线，领跑《报告》纳入评估的 139 个经济体。多项知识产权产出指标层层递进，印证着一个结论：持续完善的知识产权制度体系，正是托举我国创新产出提质增效的核心支撑。

创新产出多维领跑，离不开制度“托举”——

《报告》显示，我国知识产权相关数据、人均国内生产总值（GDP）增长率、学术文献影响力等多项细分指标位居世界前列，构成我国高质量创新产出的坚实底座。

透过数据看，知识产权的高质量、高效益产出，得益于系统性的制度改革与政策激励。近年来，党中央、国务院对知识产权保护工作高度重视，作出一系列决策部署。国家知识产权局扎实推动知识产权事业实现稳中求进、高质量发展，知识产权强国建设迈出坚实步伐：在激励创造上，持续优化审查服务供给，为创新主体的专利布局提供多种选择；在推动价值释放上，深入实施专利转化运用专项行动，联合相关部门协同发力、精准施策，着力破解创新成果转化难题，让更多前沿技术转化为产业创新动力；在助企出海中，联合相关部门构建全方位涉外知识产权保护体系，实现涉外知识产权法治保障提质、维权网络全覆盖、信息服务精准化，持续夯实我国“知识和技术产出”的全球优势地位。

独角兽估值登顶全球，离不开“新锐”加持——

我国独角兽企业估值占 GDP 比重指标大幅跃升，从上年全球第 13 位升至本年度全球第 1 位。中国在这一细分指标上的强势攀升令人振奋。

“从表征看，这一突破性变化，是一批硬科技独角兽的密集崛起。往深层看，这为观察创新价值提供了新的窗口。企业估值包含市场对其技术、产品和未来成长的判断。上述指标表现从一个侧面反映出，投资者对相关新兴企业创新能力与成长前景的积极预期，也提醒我们更加关注创新成果转化为企业创造价值的潜力。”中国科学技术大学公共管理学院教授王元地表示，“独角兽企业是技术创新落地转化的核心载体之一，也是知识产权精细化布局、高价值运用的标杆主体。”

《GEI 中国独角兽企业研究报告 2026》显示，截至 2025 年底，中国拥有独角兽企业 376 家，总估值超 1.4 万亿美元，平均估值 38.5 亿美元。其中，2025 年新晋独角兽企业 88 家，较上年的 53 家大幅增加；具身智能赛道共有 19 家独角兽企业，其中 12 家为新晋独角兽企业，成为当年最受资本关注的赛道之一；灵心巧手（北京）科技有限公司（下称灵心巧手）等 10 家企业成立 3 年内便跻身独角兽企业行列。

灵心巧手知识产权经理尚云云介绍，公司高度重视知识产权保护和运用，配置专职知识产权人员，建立完善的内部知识产权管理制度，围绕灵巧手硬件结构、多模态感知等核心技术方向进行系统性专利布局，累计布局专利 300 余件，覆盖产品从底层硬件到上层软件算法全链条，为其系列灵巧手量产落地筑牢知识产权底座。

在知识产权支撑下，优质独角兽企业形成了“技术研发—专利确权—产业转化—价值增值”的闭环，共同刷新我国独角兽企业估值占 GDP 的比重。

无形资产加速增值，离不开“通道”升级——

创新产出的跃升不仅有量，更有质。《报告》显示，我国国内企业无形资产价值占比指标排名大幅提升，较上年跃升 17 位，位列全球第 12 位。

“从知识产权创造到企业成长，其间连接着产品开发、市场开拓和持续经营。将这两方面的表现放在一起观察，可以看到，我国长期积累的知识产权产出正在孕育市场的新跃升、新价值。”王元地表示。

放眼全国，锚定打造我国原始创新的主要策源地，京津冀、长三角、粤港澳大湾区国际科技创新中心正加速建设。再看企业无形资产价值的快速增值，正与这些创新“高原”的崛起同频共振。

以长三角为例，各省市走出了各具特色的无形资产激活路径，打通了增值“通道”。上海落地职务科技成果赋权改革，推动高校院所创新成果确权到企、赋能到人，实现科研资产市场化增值；在全国首创数据产品知识产权登记制度，对机器人训练数据、AI 模型语料等新型资产予以确权保护，让数字无形资产实现合规化、

资产化、可交易化。江苏在全国率先实施高价值专利培育计划，探索“龙头企业+优势学科+高端服务”培育模式，支持企业、高校院所与知识产权服务机构联合组建省级高价值专利培育中心，助力夯实新质生产力的源头根基……

这些有益实践证明，完善的知识产权保护运用体系，是推动企业无形资产扩容增值、拉动全国创新产出排名得以提升的关键抓手，实现了创新成果从“技术存量”向“资产增量”的深度转化。

创新产出全球第五不是终点，而是一个路标——它标志着一个中等收入经济体以制度创新撬动技术创新的鲜明路径，也指向知识产权全链条改革向原始创新、底层技术持续倾斜的下一个关口。

【胡泽华 摘录】

1.3【专利 】一枚“红标”点亮地方特产“金字招牌”

地理标志是连接区域特色资源和现代化产业的重要纽带。2019 年 10 月，国家知识产权局发布地理标志专用标志官方标志，即带有“GI”字样的“红标”。从此，这枚“红标”伴随着各类地理标志产品走进千家万户，成为各类地方特产的“品质身份证”与“市场通行证”。

“十四五”时期，我国地理标志产品的直接年产值接近 1 万亿元，涌现出一批地理标志赋能特色产业发展的生动样本。新近入选第七届全球减贫案例的“常山胡柚”，作为农产品地理标志保护实践的标杆，获得全球推荐；今年成功列入《世界遗产名录》的“景德镇手工瓷业遗存”，则让手工技艺类地理标志焕发新生，走向世界舞台。

一枚“红标”，能给一方百姓带来什么？带着这个问题，记者深入浙赣两地的产业一线，探寻地理标志助力地方特产变“金字招牌”的鲜活故事。

一果话共富，胡柚变成“金疙瘩”

漫山胡柚，映照着乡村的致富路。一枚“红标”，改变了一个“新农人”的生活。

汪明土是浙江省衢州市常山县青石镇砚瓦山村村民，原本家庭生活困难。但在加入村集体共富果园，享受到标准筑基、地理标志增值的红利后，他开始不断扩大常山胡柚种植面积。如今，他已承包 700 多亩胡柚基地，年收入超百万元，还当选为常山县胡柚产销行业协会会长。

在常山，“十六任县委书记齐抓一只果”的故事广为人知。常山县人民政府党组成员、副县长徐灵敏向记者介绍，依托地理标志这张“金名片”，常山一体推进体制建设、标准生产、品牌推广、行政保护，打通从果园到市场的全链条，

不断夯实产业发展根基，让地理标志红利留在乡村、惠及农户，带动千家万户稳定增收。

2022 年，常山胡柚国家地理标志保护示范区获批筹建，于今年正式获批设立。目前，常山胡柚种植面积达 10.6 万亩，带动 10 万农民增收，2025 年常山胡柚全产业链产值已经达到 74.05 亿元。

胡柚联结着常山的千家万户，也哺育着一大批农业企业发展壮大。浙江艾佳果蔬开发有限责任公司（下称艾佳）深耕胡柚全产业链，布局农文旅融合各板块，创新“涨价随市、跌价保底”收购模式，让农民安心种柚、放心卖柚。

“明年这里会建起一座常山胡柚全链未来中心，让更多游客亲身体验常山胡柚文化。”艾佳董事长钦韩芬说。

一瓷承古今，千年瓷都焕新颜

千年窑火，诉说着万里瓷路的辉煌。

作为世界认识中国、中国走向世界的重要文化符号，景德镇瓷器也曾遭遇仿冒产地、以次充好等困扰。一些外地产品贴上“景德镇”标签非法牟利，扰乱市场秩序。

如何守护好千年瓷都的“金字招牌”？这座城市用知识产权给出了答案。

不久前，江西景德镇入选 2026 年国家地理标志保护示范区创建名单，创建周期 3 年。

地理标志如何赋能景德镇瓷器产业转型升级？景德镇市市场监督管理局（知识产权局）四级调研员王勇给出了自己的答案。他认为，一方面，地理标志对原料、工艺、品质、产地等提出更高要求，将推动企业对标生产、规范用标，遏制假冒伪劣；另一方面，地理标志将千年瓷都的文化底蕴转化为公共品牌价值，有助于提升陶瓷企业市场竞争力，进一步擦亮景德镇这块“金字招牌”。

《“景德镇制”陶瓷保护条例》自 2024 年 5 月 1 日起施行，为规范“景德镇制”证明商标使用、完善地方标准和团体标准、建立防伪溯源体系提供了制度支撑。

“我们自去年获准使用地理标志专用标志后，更加注重从原料、成型工艺、釉面烧制到成品质检全流程对标，保证每一件产品都承载瓷都千年制瓷底蕴。”景德镇邑山瓷业有限公司副总经理李晶晶告诉记者。

在景德镇诚德轩瓷业有限公司总经理苏歆悦看来，地理标志的价值不在于“多了一张证书”，而在于给符合标准的高端手工产品附上了“产地+工艺+品质”的认证。

一枚“红标”，让这家“讲故事的匠人品牌”，成长为“敢于自主创新、勇于闯荡市场”的现代化企业。

浙江常山和江西景德镇，两份实践样本，讲述着同一个中国故事。一枚“红标”背后，是一项法治、标准、品牌和市场共同发力的系统工程。

日前，国家知识产权局印发《地理标志保护和运用“十五五”规划》。相信随着我国地理标志制度不断完善、保护运用水平持续提升，更多地方特产将凭借可信品质、明确产地和良好口碑走向更广阔市场，在乡村振兴和高质量发展中创造更大价值。

【马佳欣 摘录】

1.4【专利 】涉人工智能司法案例裁判要旨的类型化拆解

《人民法院第六个五年改革纲要（2024—2028 年）》将“完善涉网络侵权、人工智能、算法及涉数据不正当竞争等新类型案件的裁判规则，促进健全网络综合治理体系”列为司法改革的重要任务。随着人工智能技术逐步进入内容生产、信息检索、商业营销、数据利用和软件服务，既改变了知识成果的形成方式，也使传统侵权行为呈现自动化、规模化和多主体参与的特点。如何保护创新投入，又为人工智能下的技术服务与创新活动设定合理边界，还要避免阻碍产业发展已经成为司法实践的共同问题。

涉人工智能案件的共同之处在于技术背景，人工智能尚未改变著作权、商标权、反不正当竞争法等知识产权法的基本结构。AI 并不因能够输出文字、图像或视频而成为作者、表演者等权利主体，也不因其生成内容的后续应用涉及侵权而成为独立责任主体。法院实际审理的，仍是自然人、法人等主体如何投入资金、数据、算力和创作劳动，如何控制训练、生成、存储、传播及商业利用。由此，不能仅依据“AI 生成”“技术中立”“用户操作”等标签得出结论，而应把技术流程涵摄为可识别的法律行为。

当下涉人工智能案件呈现“碎片化”特征，全国各地法院协力从著作权法、商标法、反不正当竞争等各法域的不同案例，共同参与了人工智能知识产权法律规则的拼图。本文以 22 个涉人工智能的司法案例为分析对象，对其裁判要旨进行拆解后可将上述案例分为“人工智能创新成果保护—人工智能应用层行为边界—人工智能服务提供者责任边界”三个典型类别：

01、人工智能创新成果保护

变身漫画模型案[1]确认了模型结构、参数所承载的竞争利益可以受反不正当竞争法保护，并将模型法益与模型输出内容的属性区分；虚拟数字人案[2]厘清数字人形象、数字人参演视频、动捕视频及真人表演的权利层次；AI 短剧侵权案[3]认定人类利用 AI 工具实施创作活动所形成的最终表达成果可受保护；AI 大模型商业标识侵权案[4]明确了大模型名称等商业标识受保护的标准。上述案例从人工智能大模型本身至其应用成果及商业标识提供了各不相同的保护路径。

02、人工智能应用层行为边界

小*书 AI 种草文案案[5]、雪*AI 克隆交易案[6]、AI 配音案[7]强调了针对

特定应用场景的AI应用产品应当尊重该特定场景的运行规则，避免沦为实施不正当竞争的工具；数据搬运AI加工案[8]将视角设定为被诉侵权行为整体，在数据来源不具有合法性的前提下，后续利用该些数据进行AI加工的行为不能单独获得技术中立的评价；有声读物AI文稿案[9]、AI换脸短视频侵权案[10]分别展示了用户上传、平台素材供给两种AI技术应用模式的不同责任结构；涉AI大模型商标侵权三案[11]分析了涉AI大模型产品的商品和服务分类；AI智能体客服案[12]展示了涉人工智能场景中商标性使用的判断。上述案例就当下爆发式出现的人工智能应用产品的行为设定了边界，倒逼企业将法律风险纳入人工智能应用产品的设计端及输出端考量，共建公平、有序的AI应用生态。

03、人工智能服务提供者责任边界

网盘AI搜索增强案[13]与庆余年AI成片案[14]区分了AI技术应用模式，展示了生成式人工智能服务提供者直接/间接侵权责任的分野；广州奥特曼案、杭州奥特曼案和美杜莎案三案[15]的横向对比，有助于厘清人工智能服务提供者是否已尽平台注意义务的判断标准；AI幻觉案[16]探索了生成式人工智能服务提供者对其生成内容准确性的注意义务要求；传播AI生成虚假文章案[17]明确了AI生成内容后续利用环节的责任主体；AI诱导取证案[18]设定了生成式人工智能服务使用者主张提供者侵权的基本取证要求。以上案例从正反两方向划定生成式人工智能服务提供者的角色定位、归责原则和注意义务的合理边界，以使生成式人工智能服务提供者的责任水平与当前人工智能技术的发展水平相适，助力AI产业创新和发展。

注释：

[1]一审（2023）京0105民初71391号；二审（2023）京73民终3802号

[2]一审（2022）浙0192民初9983号；二审（2023）浙01民终4722号

[3] 湖北省武汉市江岸区人民法院，案号暂未公开，根据公开报道撰写

[4]一审（2025）闽02民初295号；二审（2025）闽民终519号

[5]一审（2024）浙0192民初3396号；二审（2025）浙01民终3998号

[6]（2023）粤03民初6844号

[7]（2025）渝0103民初748号

[8]（2025）浙01民初1729号

[9]（2024）沪0115民初25051号

[10]（2024）沪0114民初1326号

[11]（2023）鄂01知民初481号、（2025）苏01民初1208号、（2025）浙民终1479号

[12]（2024）沪0115民初95826号

[13]一审（2025）沪0104民初2432号；二审（2025）沪73民终825号

[14]一审（2024）湘0105民初3790号；二审（2024）湘01民终18114号

[15]（2024）粤0192民初113号、（2024）浙01民终10332号、（2025）沪73民终1189号

[16]（2025）浙0192民初18143号

[17]（2024）浙0108民初10311号

[18]（2025）沪0118民初22645号

【陈建红 摘录】

1.5【专利】国家知识产权局关于公布茶淀玫瑰香葡萄等29个国家地理标志保护示范区的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团知识产权局，各有关单位：

根据《国家地理标志产品保护示范区建设管理办法（试行）》（国知办发保字〔2021〕4号）和《国家知识产权局办公室关于开展国家地理标志保护示范区创建验收工作的通知》（国知办函保字〔2026〕297号），经验收自查、验收评估、综合评定、社会公示等程序，国家知识产权局确定茶淀玫瑰香葡萄等29个创建对象为国家地理标志保护示范区（见附件），现予以公布，并就有关事项通知如下。

一、要指导各示范区聚焦严格地理标志保护，继续按照高水平保护、高标准管理、高质量发展的工作原则，在夯实保护制度、健全工作体系、加大保护力度、强化保护宣传和加强合作共赢等方面不断提高工作成效。

二、要持续加强政策引导、业务指导、人才支持和跟踪管理，做好区域内国家地理标志保护示范区的经验总结推广工作，充分发挥辐射带动作用。

国家知识产权局将进一步建立长效机制，加强对国家地理标志保护示范区的建设管理和成效复核。对不符合相关工作要求的，将取消示范区资格。对示范形成的典型经验适时加以总结推广，充分发挥地理标志保护对促进区域经济和社会高质量发展的推动作用。

【翟小莉 摘录】