

品源资讯

品源俱乐部阳光踏青行动圆满结束

专利信息数据库网址大全

品源知识产权参加国际商标协会第137届年会

品源卓越课堂——《有效沟通 激活你的团队》



CONTENTS

商标快讯

TRADEMARK

- | | | |
|----|---------------------------|---------|
| 1 | 商标——现代企业的黄金标志 | 文 / 杨春明 |
| 3 | 点赞中国品牌 | 文 / 闻欣 |
| 5 | 如何维护企业知识产权 | 文 / 李晓丽 |
| 7 | 法官解读：小商户商标侵权案件现状及应对 | 文 / 佚名 |
| 12 | 《商标法》中“自行改变注册商标”的法律后果有哪些？ | 文 / 佚名 |
| 16 | 新商标法实施周年 驳回率增高 | 文 / 严薇 |



典型案例

TYPICAL CASES

- | | | |
|----|-------------------------|---------|
| 17 | 专利被肆意滥用沦陷“黑色寻租”空间 | 文 / 汪诚 |
| 19 | 申请日本实用新型专利时的注意点 | 文 / 佚名 |
| 20 | 三星和 IBM 成为获得和申请美国专利最多公司 | 文 / 木秀林 |
| 21 | 国产手机将打专利内战谁将会被围剿 | 文 / 李娜 |
| 23 | 发明专利现有技术抗辩的实务分析 | 文 / 李可 |
| 25 | 专利法修改草案五大热点备受关注 | 文 / 赵建国 |
| 27 | 那些常见的专利排行榜你知道多少？ | 文 / 佚名 |
| 30 | 专利信息数据库网址大全 | 文 / 佚名 |



品源动态

BEYOND NEWS

- 35 品源俱乐部阳光踏青行动圆满结束
- 37 品源知识产权参加国际商标协会第 137 届年会
- 38 品源专利工程师培训开班仪式圆满结束品源好
- 39 品源六一儿童节“晒萌大会”圆满结束
- 40 品源深圳分公司“员工生日庆祝会”圆满结束
- 41 品源卓越课堂——《有效沟通，激活你的团队！》
- 43 品源上苏联谊“崇明岛之行”圆满结束
- 44 品源受邀参加“2015 中国企业知识产权战略论坛”



编辑委员会:

学术顾问: 吴海燕 主 任: 李 靖
主 编: 安朋月 副 主 编: 周思思
责任编辑: 姚 瑶 执行编辑: 刘 娜
美编指导: 白婉露 电脑排版: 马 琳

商标——现代企业的黄金标志

文 / 杨春明

在现代市场营销中，人们往往把商标比作“商品的脸”、“无声的推销员”、“顾客的向导”、“企业声誉的象征”。那么，什么是商标？商标有何作用？企业如何正确使用商标呢？

商标简单来说就是商品的标志。企业为标明自己所生产、加工或经营的商品与其他企业生产、加工或经营的商品有所区别而在商品或包装上以文字、图形、记号等制作的标记。商标是商品经济的产物。在现代这个全球经济联系密切的大经济圈中，商标发挥着独一无二的作用。

首先，商标具有商品识别功能。它是商标最初始的，也是最基本的功能，甚至在历史上被认为是商标独一无二的功能。试想商品上没有商标，消费者就无法知悉商品的生产者，就无法将不同生产者所提供的同一种商品区分开来。举例来说，大多说消费者在购买运动产品时，首先想到的就是李宁、耐克、安踏等世界知名品牌，但如何对这些品牌的产品进行区分呢？这就需要商标识别功能发挥作用。以李宁为例，当消费者看到“李宁”商标的特殊图形，就会很好的将李宁品牌与其他品牌进行区分。

其次，商标具有品质保证的功能，即同一商标所表彰的商品或服务具有同样的品质。随着市场经济的发展，国际贸易日益频繁，跨国公司的规模和数量都在不断壮大。同一商标所标识的商品可能完全来源于不同的国家，即使在同一国家，也可能来源于不同的

制造商。经营者为了维护自己的商品声誉就要努力保证使用同一商标的商品或服务具有同一品质。这就是为什么消费者购买商品时，不是看商品的生产地或制造商，而是看商品的商标的原因。就像我们购买手机，不看手机在哪个地方生产，而是看手机品牌是诺基亚、三星，还是摩托罗拉。如果不是知名品牌，大多数消费者不会购买，商标使这些商品成为众多消费者追逐的对象。

再次，商标是企业的无形资产。无形资产不仅是竞争的武器，更是企业长久收益的来源。当今世界上许多著名的跨国公企业都是靠无形资产竞争，靠无形资产获取收益。“可口可乐”一个全世界知名的品牌，在世界范围内有无数的消费者，提起可口可乐，可以说无人不知、无人不晓。经过一些经济学家的评估，可口可乐这个商标的价值约为720亿美元。单单这笔无形资产就可以使可口可乐公司跃入世界五百强。在21世纪，谁拥有优质的无形资产，谁就能抓住机遇迎接挑战。最后，商标是企业的流动广告和视觉形象。商标在明显地将该企业与其他企业区分开的时候，又以形象的视觉形式宣传企业，以自己特有的视觉符号吸引公众的注意力，使消费者对该企业所提供的产品或服务产生最高的品牌忠诚度。这正解释了为什么消费者对名牌这么热衷。

如上所述，在现代社会商标已经成为企业不可缺少的重要资产，一个企业如果想发展壮大，就必须有



自己品牌，自己的商标。那么，企业发展中该如何正确的制定商标的发展战略呢？

1. 企业应根据自己的企业名称及产品或服务特点设计出具有自己独特特征的、适合自己商品或服务的商标。

2. 企业在设计出自己商标后，将商标投入使用之前，应首先进行商标注册。商标注册分为国内注

册与国际注册。企业可以根据自己商品销售或服务的范围进行选择。商品仅在国内销售的只需进行国内注册。产品或服务范围超越一国，涉及许多国家的，则要进行国际注册。国际注册又分为四大类：欧盟注册、马德里注册、单一国家注册和非洲知识产权组织注册。商标只有注册之后，才能获得法律的保护。以“王致和”案件为例，众所周知，“王致和”是我国的一个老品牌，产品远销国外。但由于其未及时在德国进行注册，导致其被德国欧凯公司抢注，“王致和”公司丧失了使用权。尽管“王致和”公司最终通过诉讼拿回了商标，但企业因此受到的损失弥补，付出的代价是巨大的。

3. 商标应正确使用。这主要包括以下几方面：

首先，商标的使用位置应正确，关键点一是位置显著。国内许多企业在进行宣传时，一般把企业名称、

商品名称等作为主要宣传主要对象，而把商标放在不明显的地方，有的甚至要仔细找才能发现，这就是一大误区。试想，如果可口可乐公司将其商标写在瓶底，甚至更不显眼的地方，有谁可以认出来呢？

其次，商标的使用应具有稳定性、连续性。企业商标良好信誉的建立一般需要权利人一代乃至几代人的努力。比如说我们都熟悉的老品牌——“美加净”，由于数十年的经营积累的好品质，消费者已认定了这一品牌，成为该商标商品的忠实消费者。

最后，应重视商标权的使用和保护。一个商标用于一种商品之上，一旦在消费者中形成了较好的形象，那么该种商标及其所标识的商品或服务的影响范围就会扩大。该种商品或服务的需求必会增加。此时，商标所有者就可以适时的许可其他企业在有条件的前提下使用该商标。同时，企业也应注意商标的保护，在发现冒用、盗用企业商标的行为时，应积极地依法维护自己的合法的商标权，维护商标的良好声誉。

随着经济全球化的发展，企业优胜劣汰的频率加快。拥有自己的商标，打造自己的知名商标是企业在全球化竞争中不被淘汰的制胜高招。商标，日益成为企业的金牌标识。





“点赞中国品牌”

文 / 闻欣

三一重工、腾讯、中粮、蒙牛、横店影视城……中国品牌相继出现在近日热映的纪录片《运行中国》中。4月8日，由美国老牌纪录片制作商Discovery探索频道和五洲传播共同制作的三集纪录片《运行中国》在网上发布，上线当日6小时内播放量即超700万，引发了强烈反响。

三十年，仅仅用了三十年，中国的品牌就频频亮相于美国著名的时代广场，中国电商巨头阿里巴巴就成功登陆美国股市，中国的品牌华为手机在世界市场上的份额仅次于三星和苹果，排名第三……而在30多年前，在中国没有实行改革开放的那些年，甚至上溯到一百年至几百年以前，中国这个封闭、曾经饱受外辱和欺凌的东方国度，这个曾经积弱积贫、颇有些崇洋媚外的人口大多、消费大国，能够自给自足解决老百姓的温饱问题就算是谢天谢地，更谈不上生产制造出在国际市场上有立足之地的品牌。

让我们把时光倒回到30多年前，相信那个年代出生的人都还记得，大人们叫日常用品时大都要在前面带一个“洋”字，什么洋火、洋油、洋布、洋灰、洋

火轮，等等。为什么好端端的火柴偏要叫“洋火”、煤油叫“洋油”、布匹叫“洋布”呢？当时在笔者幼小的心灵就埋下了许多的疑问和不解。上学后，随着心智的成熟和知识的增长，笔者才对这些中国的产品为什么要在前面带个“洋”字恍然大悟：原来这些日常用品都是“洋人”最先发明创造的，所以前面才都带个“洋”字。知道答案后，笔者一直对这些曾经带“洋”字东西有点敏感，甚至会产生一种莫名的羞愧和耻辱。

然而，有谁会想到，这种羞愧和耻辱只持续了短短几年便被改革开放的大潮冲刷得一干二净。自中国实行改革开放以来，我们不仅通过自身的努力解决了占世界总人数五分之一的人口的吃饭穿衣问题，而且还制造出了被诸如美国、英国等西方发达国家所认同和追捧的中国品牌。中国航天、中国船舶、中国手机、中国家用电器、中国电商、中国机械、中国汽车、中国农业等各大领域和行业，均有叫得响当当的自主品牌。其中，尤以三一重工、腾讯、阿里巴巴、海尔、华为、中兴、中粮、蒙牛、横店影视城等一大批国际知名品牌表现突出。

从古代的造纸术、指南针、火药、活字印刷四大发明，到现代的航天科技、IT产业、家用电器等一大批自主品牌闻名于世，大量的事实证明，中华民族自古以来就是勤劳智慧、勇敢善良、自强不息的民族，中国人向来勇于开拓进取，善于创造发明。西方发达国家能够生产出来的东西，中国人同样也能够自己制造；西方发达国家不能够制造的产品，中国人自己也能够发明和创造。中国在自主知识产权道路上创新发展，进步速度之快令世界为之瞩目，为之瞠目。正如汤森路透公司的发布研究报告称：“中国品牌正在国际上迅速扩张。对中国品牌所有者来说，随着越来越多的企业开始设计并创造自己的产品，目前的市场环境正经历一次转变。”

中国品牌的能量释放，离不开创新力量的深层驱动。“大众创业、万众创新”，随着李克强总理在今年政府工作报告中提出全民创业创新的政策激活，必将迎来新一轮的全民创业创新的热潮，越来越多的中国企业和个人必将发明创造出更多属于自己的品牌。

中国品牌的知名度提升，离不开中国大国形象的支撑。国际舆论“点赞中国品牌”，其实是对中国经济高速发展和国际地位显著提高的点赞，是对中国世界超级大国形象的认可。



如何维护企业知识产权

文 / 李晓丽

一、商标

1. 原创知名商标代理滚滚利润

我们生活在一个一夜成名和追逐品牌的时代，任何实体经济的行业成功都离不开品牌的塑造，因此创造并培养知名商标，借此获得商业成功是非常重要的生财之道。

可口可乐的一夜重建与圣诞老人的变装：

我们都知道可口可乐总裁曾经骄傲的说即使全世界的可口可乐工厂在一夜间被烧毁，凭借可口可乐这个商标也可以在第二天让所有工厂得到重建。

但是你可能不知道的是，圣诞老人最初的衣服是绿色的，表达了是大自然无线恩赐的化身。而可口可乐公司凭借成功商业策划，让圣诞老人换上了与自身品牌（红白）相匹配的红色圣诞装。可见商标品牌的威力是多么巨大！

原创商标小提示

A：选择与你的品牌定位相符的商标标识，或权威（狮子、野马），或犀利（螺旋桨），或温馨（玫瑰、雏菊）

B：商标起源于部落图腾或者宗教的崇拜，因此设计商标的时候先锁定你的潜在部落或者教徒群体是非常重要的，要知道信仰是无需理由、更无需成本的

C：知名商标的成功规律往往难以捉摸，但是保持神秘感或者有一个动人的传说都是极好的

D：最后需要的就是运气

2. 注册稀缺商标，等待溢价获利

商标作为无形资产，既然是资产那么实现其价值的途径就不止有使用，还可以视为商品进行买卖。商标里包含的创意和设计充满商业价值，以中文商标为例，受限于汉字资源的有限性和优质商标的稀缺性，加之中小企业数量的增长，使得商标转让的需求日益增加。目前市场上涌现出大批的商标经纪人，也催生了很多商标交易平台，这些中介平台在盘活大量闲置商标资源的同时，也带动了商标交易的繁荣。企业从商标经纪人手中直接购买商标可以省去创意、设计以及注册成本，同时还能够避免注册风险导致的机会成本的缺失。随着互联网购物平台加大对假冒仿制品牌的打击力度，商标转让的市场还将不断扩大。

除了中小企业有需求外，如果能够想到“滴滴打车”，“微信”，“ipad”等词汇进行商标注册，将来被哪家大公司看上收买，那商标的溢价真是难以估计。

3. 维权赚钱，一举两得

提高知识产权领域的侵权赔偿额度，加大侵权成本的呼声近年来越加高涨。2013年新修改的商标法将法定商标侵权额上限提高至300万。可不要以为300万就是侵权赔偿的上限，这个法定赔偿仅仅是在被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定时才会应用。如果能够证明上述三项中的任何一项，那么侵权赔偿金额可是上不封顶的。最近广东鞋企状告NEW BALANCE侵犯其商标权，一审获赔9800万，这样一笔收入可谓一本万利了。

除了提高赔偿额度，2013年新《商标法》对侵权赔偿和权利人举证都做出了积极的调整，引入惩罚性赔偿制度，对恶意侵权者处以1-3倍的赔偿。在举证方面：人民法院为确定赔偿数额，在权利人已经尽力举证，而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下，可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。总体而言，维权的成本在下降，而维权收益在提高。

4. 玩转资本，质押融资

知识产权质押是指权利人以合法拥有的专利权、注册商标专用权、著作权等知识产权中的财产权为质押标的物出质，经评估作价后向银行等融资机构获取资金，并按期偿还本息的一种融资行为。虽然现阶段由于区域差异、银行因素、价值评估等因素的影响，我国尚未达到无形资产抵押的普遍程度，但相关法律法规如公司法、担保法及各地方陆续出台的保护政策，均对商标权质押融资表明了支持的态度，所以法律层面上已不存在任何障碍。

5. 许可跨界，遍地生金

通过许可使用商标，进行加盟连锁经营，这已经不是商标赚钱的秘密。不过近年来企业越来越认识到知名商标的珍贵，在产品或者服务质量上的稍有不慎将导致商标声誉受损，同时过度泛滥的许可也会淡化商标本身的价值，因此大部分企业都会谨慎对待自身品牌商标的使用。不过除了许可，知名商标还可以为企业带来跨界拓展业务的赚钱之道，随着互联网领域的兴旺发展，跨界合作和发展已经不是什么难事。小米科技公司以手机起家，现在他们除了生产手环、充电宝、插线板等手机周边设备，也在跨界做汽车、电池以及家庭装修。京东商城最近也开始涉足饮食业开起了奶茶店。这些跨界业务的迅猛崛起都离不开小米、京东这些创始商标的知名度。

二、专利
通过专利赚钱的方式方法和商标类似，但商标通常需要经过使用，得到消费者认可，品牌才有可能获得溢价，而好的专利往往具有更巨大的潜在商业价值。实际上企业里的商标和专利往往是一套组合拳，需要企业的综合管理和运用才会从中源源不断地获得利益。

1. 专利创业

专利的作用不仅体现在排斥其他竞争对手进入这个产业这种被动防御的手段，更多的是把有效专利变成实际的产品或者服务，用积极手段制造产品销售给最终消费者来体现专利的价值。

以药品专利为例，虽然药品专利研发是一项漫长而艰难的过程，但如果最终取得了新药专利，金钱便会滚滚而来一扫之前科研失败的雾霾。辉瑞制药研发的“立普妥”是一种针对心脑血管疾病和心脏病的降胆固醇药物，2004年它就成为全球首个销售额突破百亿美元的药品，最高记录突破了130亿美元。随着全球老龄化问题加剧，即使出现其他强劲对手，“立普妥”的销售额每年仍居高不下，维持在百亿以上。

2. 专利授权许可

轻松赚钱是每家上市公司高管做梦都想的事情，可能大多数人认为这不过是痴人说梦，但如果你拥有高质量的专利权就不一样啦。如果专利权人手中攥着大把实用专利自己又不愿费心思实施，则可以将自己的专利许可给他人使用或者通过转让卖出去，之后坐享其成就可了！

美国的高通公司可谓是专利许可赚钱最成功的一个，多年来通过自主研发、合作开发和大量收购，手中握有大量专利筹码，向全球数百制造商提供着技术使用授权。想当年手机生产商若想取得CDMA手机开发授权则必须缴纳标准授权费，全世界不管是生产CDMA系统设备还是手机的公司，都要交纳大约1亿元人民币的“入门费”才能进入。购买芯片也要按销售额给高通提成，每台手机中还有技术使用费。先不说他最后是否有点儿做的过了火被反垄断调查，之前可真是乘着通信的翅膀大赚了一笔啊！

还有一个我们自己国家的上市公司朗科科技，其49%的毛利都来自专利授权收入。没有激烈的市场竞争，没有残酷的周期性变化，东芝、金士顿等品牌的U盘，都要乖乖缴纳专利许可费用，朗科科技这近一半的毛利润来得可谓相当轻松！

3. 专利诉讼

在专利很有价值且不容易被无效的情况下，如果企业发现有很多人未经授权实施该专利且专利本身无缺陷，

那么选择诉讼程序去促使实施者主动缴纳许可费，或者索取侵权赔偿都是可以赚钱的！

小小断路器也能碰出大火花！中国专利侵权赔偿第 1 案正泰集团股份有限公司诉施耐德电器低压（天津）公司实用新型专利侵权诉讼标的为 3.3 亿，虽然法院调解后最终确定的补偿金为 1.575 亿元，但是这小小的一个断路器官司可给公司带来了大收益！

苹果与三星两大电子巨头的全球“专利大战”已屡见不鲜。目前三星对苹果的专利侵权赔偿金额已经高达数亿美金。

专利诉讼虽然时间久，胜诉后回的报还是比较令人欣慰的，况且公司因为受媒体关注从而使品牌形象深入人心，也是对公司形象的一种宣传，这应该算是另一笔收入了吧？

4. 专利权质押融资

专利权质押融资是指债务人或第三人享有的专利权向债权人出质，取得债权人一定金额贷款，并按约定偿还贷款本息的一种融资模式，是知识产权和金融资本有机结合以实现资源最优配置的有效途径。知识产权质押融资对科技型中小企业解决资金紧张、加速知识产权资本化、提升企业核心竞争力起到了积极推动作用，在促进自主创新和改善科技型中小企业融资环境等方面起着重要作用。

在知识产权质押贷款的支持下，荆门格林美的注册资本 5 年间增长了 90 倍，总资产增长了 23 倍，销售收入增长了 10 倍；母公司深圳市格林美高新技术股份有限公司还于 2010 年在深交所中小企业板块上市。

5. 专利资助政策

目前我国有一系列对中小企业的专利申请的鼓励和扶持，各省市也有针对性的对高新企业制订了政策来激励创新，因此企业还得加紧脚步乘上政府这辆快车才能发展的更快！

2014 年，山东省出台了一系列政策措施，不仅对企业的首件授权发明专利给予申请费、代理费全额补贴，并对年授权发明专利达到 20 件以上的企业给予 10 万元奖励。

有没有觉得专利资助政策很诱人？政府可是为了企业的专利申请，为了我国的创新发展操碎了心啊！还不在于社会主义大创新的空中展翅翱翔等什么呢？

三、版权

近年来版权的春天终于来了，有新闻报道影视公司争抢莫言小说改编权版权费已涨至 500 万。不仅是名家作品翻拍电视剧、电影的版权费用大幅上升，2014 年网络小说影视改编版权也普遍有两三倍的增幅，《鬼吹灯》等人气旺的小说版权更是高达 200 万元。企业要是眼光呢，可以在早期买下一部分作品的版权，待其火起来之后加价卖掉。



法官解读： 小商户商标侵权案件现状及应对



【摘要】近年来，浦东新区法院受理的商标侵权案件呈爆炸式增长态势，其中涉及商标权利人诉个体户的案件所占比例更是逐年攀升。分析小商户商标侵权案件成为保护商标权人利益、维护社会稳定、服务浦东地区发展的重要课题。本文从此类案件的各项审判数据入手，分析案件审理现状，剖析小商户及商标权人在诉讼中的特点，进而从司法、行政、教育等角度提出对此类案件的应对之策。

近年来，随着社会经济不断发展，我国的商标注册量不断上升，企业也越来越重视商标在经营活动中的作用。特别在与民生关系密切相关的领域，一些知名商标由于常受到仿冒困扰，企业用于打假、维权的力量便不断增加。2011-2013年，浦东法院受理的商标侵权案件从40件猛增至248件，2014年1-6月案件受

理量即达到113件。在商标侵权案件中，小商户商标侵权案件也呈现逐年上升态势，成为推高商标侵权案件受理数量的主要因素。

一、小商户商标侵权案件概述

小商户商标侵权案件，一般指商标权利人为原告，个体工商户或经营小店铺的个人为被告，以侵害商标权纠纷为案由的案件。案件表现形式一般为小商户在自己经营的店铺中销售了侵害权利人商标权的商品，权利人通过公证购买取证或向工商部门举报查处进行证据固定后，向法院提起商标侵权诉讼。此类案件与经济社会发展情况，特别是商品经济发展状况密切相关，伴随改革开放和市场经济建设进程，一些商标的知名度显著提升，产品享有较高的美誉度，因此遭到

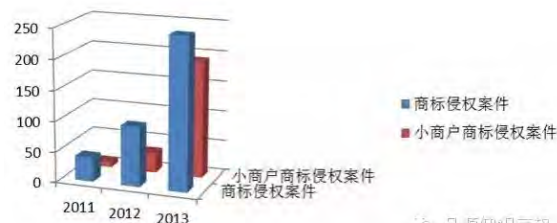
了“李鬼”式的仿冒侵权也显著增加，从而引发了商标权利人的系列诉讼。从浦东法院受理的此类案件分析，呈现如下特点：

（一）呈爆发式增长

正因为与经济社会的快速发展呈现正相关的关系，近年来小商户商标侵权案件无论从总数还是在商标侵权类案件中的所占比例均呈现爆发式增长的态势。2011年-2013年，小商户商标侵权案件从8件剧增至192件，所占比例从20%升至77.4%，而2014年上半年，此类案件数量更是达到了102件，占到113件商标侵权案件的90.2%（附图1）。造成这种情况一方面是由于近年来企业对包括商标权在内的知识产权更为重视，另一方面也体现出新形势下市场对小商户监管力度存在一定不足。

附图1

附图1



(二) 涉案商标集中

尽管案件数量较多，但近年来浦东法院受理的大部分小商户商标侵权案件涉及商标数量却并不多，而是集中在几个较为知名的商标上。2011年的该类案件涉及商标尚较为分散，只有零星的数起案件，每个商标仅涉及1-2起案件。从2012年开始，3起以上大批量的维权案件开始出现，至2013年和2014年呈愈演愈烈的态势。（详见附图2、3）从这里也可以看出不同的商标权人对批量维权的投入不一，部分原告呈周期性维权，每一段时期内的案件数量并不均衡。

附图2

附图2



附图3

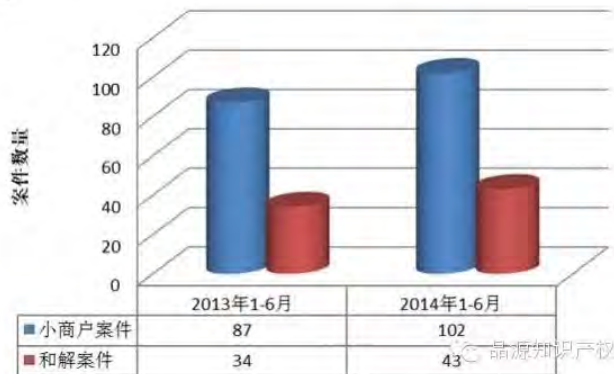


(三) 和解撤诉比例高

由于案件事实基本较为清晰，在法律适用上也不存在较大争议，双方一般也没有深层次的其他矛盾，小商户商标侵权案件有较好的和解基础，达成和解的成功率也较高。出于和解金额保密和方便后续维权工作的考虑，原告更倾向于选择和解撤诉的方式结案，只有在调解金额达到一定水准时方才要求法院出具调解书。2014年1-6月，以调解、和解撤诉形式审结的小商户商标侵权案件比例达42.16%，而同期知产庭的案件调解率为24.61%，考虑同样以和解撤诉形式审结的其他案件数量有限，小商户商标侵权案件的和解比例远高于其他类型案件。结合2013年同期数据（附图4），和解比例均维持在较高水平，该类案件的这一特点也让多元化争端解决机制的大规模适用探索成为可能。

附图4

附图4



二、小商户特点分析

(一) 经营规模小

在大多数小商户商标侵权案件中，涉及商户经营规模均不大，经营面积多在200平米以内，经营者多为夫妻二人。部分商户并未进行工商登记，经营范围以日用百货、小五金用品居多。涉案店铺的销售额有限，经营过程中在账簿、存货等方面很少有书面记载，进销货更是不会考虑留存发票或合同单据。

(二) 进货渠道混乱

进货规模小、渠道单一，考虑到运输、人工成本，很少从正规的批发市场自行进货，而多选择从上门推销的游商处补充货品，这也成为小商户侵害商标权的最大隐患。送货上门的游商货物来源不明，一般集中了大量

仿冒产品，以货车直接上门送货、扫街推销的方式，占据了小型百货商户的进货渠道。一些游商更是留下名片和产品清单，以电话订货、即时送货的方式，为小商户的进货提供很大便利。在小商户法制意识薄弱的情况下，这些游商通常有意识地避免在任何单据上签章，也不签订合同或开具发票，案发后即不再露面，难以追究其责任。

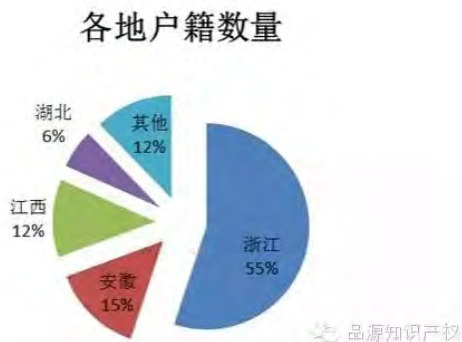
（三）诉讼能力低下

小商户大多文化水平较低，缺乏法律意识，一般从未接触过民事案件，因此在案件诉讼过程中往往不知所措，对大多数问题均以“不清楚”、“不知道”应答，在质证环节对原告较为完备的证据，一般也以“看不懂”、“没有意见”简单带过。抗辩的理由基本上均为家庭生活困难、经济条件差、身体有疾病、家中有老人、孩子需要照顾等，很少针对原告权属、产品销售、商标使用等案情关键提出抗辩。被告一般均为本人到庭应诉，委托代理人或聘请律师的比例极低，以2013年度广州轻出集团股份有限公司就“三角牌”商标提出的涉小商户侵害商标权案件为例，在全年58件该类案件中，委托代理人出庭应诉的有12件，其中委托律师的仅2件，其余代理人均为亲属。

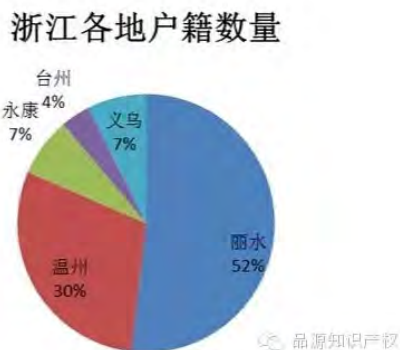
（四）被告户籍地集中

与上海移民城市的性质相对应，涉案的诸多小商户中，非上海户籍占到大多数。同样以2013年58件轻出集团案件为例，上海户籍的被告仅占5件，其余被告大多来自浙江、安徽、江西等地。而对浙江省内的地域分布进行分析，以丽水、温州两地的数量为多，其中仅丽水市莲都区的被告就占14个，占浙江户籍被告案件的一半以上。（附图5、6）来自这些地区的小商户经营者早年在浦东部分地区站稳脚跟，以亲友老乡互相提携的方式开展小商户的经营，在经营方式上更容易趋同，这样的经营群体也更容易受到所谓便利、廉价进货渠道的影响，往往同时成为侵害商标权案件被告。

附图5



附图6



三、商标权人情况分析

与此类案件的小商户相对应，原告商标权利人则隐藏在重重代理人之后，在批量案件委托书的红章之下，其作为商标权被侵害者的面目似乎并不十分明晰，批量化、商业化的维权成为此类案件原告的最显著特点。

（一）维权分工精细化

在商标侵权案件中，大多数商标权人将案件委托给代理人处理，甚至出现外包批量维权案件权限的情况。一般而言，由知识产权代理公司进行前期调查取证，针对某一区域的小店进行地毯式的搜索，发现涉嫌侵权商品之后，采用公证购买或向工商部门举报的方式固定证据，接着委托律师向法院提起诉讼及申请执行。在这一过程中知产代理公司及律师均对案件享有较大权限，而权利人公司则几乎没有参与此过程，在部分工商处理的行政处罚案件中，对涉嫌侵权产品进行是否仿冒的判断也一般由知产代理公司进行。维权分工的精细化形成了商标权人批量维权的基础。

（二）诉讼证据固定化

针对所享有的商标，原告一般会提供权属证据及相应的知名度证据。在涉小商户的批量维权案件中，原告一般会在诉讼开展前期准备好一套包括所有材料在内的权利证据，并同样适用于所有的案件。在这种情况下，持续数年的维权诉讼过程中原告的知名度证据逐渐显得略为陈旧，在上文提及的涉小商户商标侵权案件原告所

提交的知名度证据绝大多数为2010年之前形成，在随后的案件审理中法院也应充分考虑到这一因素，综合考虑原告自身产品的生产销售及知名度情况。

（三）维权模式周期化

在维权诉讼中，商标权人的另一大特征即体现为诉讼的区域化和周期化。从横向上看，权利人一般根据取证时的顺序分区域、分批次诉讼，在一定时间内起诉相同村镇、街道的商户。这也造成了一些小商户在接到开庭时间并不相同的传票之后仍然选择了同一时间来到法院了解案情、参与调解。这样一方面方便了案件的批量解决，但另一方面也隐含着群体性事件风险。而从纵向上看，部分原告限于时间、人力、物力所限，在一定时期内针对侵权行为集中打击，并无长期持续性。从附图2、3中可以看出，“相依本草”、“张小泉”两商标的案件仅在2013年集中出现，至2014年则尚未受理，可见相应的维权诉讼存在一定的周期性。

四、应对之策

针对小商户商标侵权案件的以上特点，为妥善处理此类案件，除人民法院加强研判，妥善处理以外，还需要政府各部门的协作，以求在保护商标权人利益与维护小商户合法权益、促进市场和谐健康地发展之间寻求新路径。为达到这样的目标，可以从以下几个方面着手。

（一）加强基层法制宣传

在案件审理过程中，由于被告对法律法规的不了解，委托代理人的比例也相当低，导致法官需要花费大量的时间对其进行法律释明。相当多的被告因被工商行政处罚之后，觉得国家已经对其进行了罚款，对权利人的维权有着严重的抵触情绪，这也大大增加了调解难度。因此开展针对该群体的基层法制宣传成为降低小商户经营风险、保护市场秩序的当务之急。一方面，法院与工商等部门可以结合已经审结的案件，特别是结合侵害知识产权犯罪的相应刑事案件进行普法宣传，让小商户充分了解到售假对自己和他人所造成的严重影响，提升自我防范意识。另一方面，商标侵权案件多发的户籍地工商等部门也应当利用各种渠道，向外出经商的小商户家庭进行相应的普法宣传，从而形成迂回合力，相互呼应之势，多方面提高小商户的法制意识，减少此类案件发生。

（二）规范市场经营管理

针对小商户所在的市场管理机构，应当切实承担起监管职责，提高自身责任意识。商标权人、工商部门在发现侵权行为后应当及时通知市场管理者，明确告知其市场内出现侵权行为所带来的后果。对于放任、纵容侵权行为发生的市场监管者，应当追究其相应的法律责任。对于侵权案件多发的市场，应当集中张贴涉嫌侵权产品与正品的比对图片及相关案例，实现以案说法的效果。

（三）加强源头打击力度

公安、工商等部门应加大针对涉案侵权产品产销网络的打击力度，在依靠民事诉讼打“苍蝇”的同时，揪出一批隐藏在游商送货模式之后的“大老虎”。商标权人也应当提升自身的供货能力，打通输往郊县地区商户的渠道，强化服务水平，优化产品性价比，力争让游商无可趁之机。

（四）推动多元化争端解决机制

结合以往小商户商标侵权案件调撤率较高的基础，法院可与工商、区知产委、区人民调解委员会等部门联合探索针对此类案件的多元化争端解决机制。在工商查处的同时，由相应的调解机构提前介入，引导商标权人与小商户之间就侵权事实进行协调，法院则可以在适当时机集中对工商处理的小商户进行批量的法律释明，打消小商户对程序和实体方面的顾虑。此外，当协调不成时，可依权利人的申请，直接向工商调取相应的行政处罚材料，起诉至法院，避免因程序之间的衔接造成时间上的拖沓，以“趁热打铁”的方式妥善解决此类案件，也减少了因小商户经营情况的变化引发的大多数公告案件，提高审判效率，实现审判效果与社会效果相统一。

《商标法》中“自行改变注册商标”的法律后果有哪些？

文 / 佚名

前几日微信公众平台疯传《遇到这样的商标，该怎么查询和判断？分辨不出 logo 就会让人笑话了！》一文，前面展示的图片均来自于此文，我表示第一眼看到那些商标标识也是晕了，傻傻分不清李逵真假！出于专业敏感性，细细一想，觉得此间涉及很多商标法上的问题，非商标权人使用这些近似商标构成商标侵权自不必说，但如果是商标权人自己管理不严谨、使用不规范造成这种情况的出现又该怎么认定呢？此文主要谈一谈商标权人自行改变注册商标的行为及其影响后果。

一、什么是“自行改变注册商标”

自行改变注册商标是指商标注册人将核准注册的商标的文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合或前述要素的组合擅自改变后进行使用的行为（此处不涉及声音商标）。

二、《商标法》第四十九条的“自行改变注册商标”如何判断？

根据前述自行改变注册商标的概念可知，商标权人可以通过对文字、图形、数字等多种要素进行修改，从广义上来说只要对注册商标进行改动，均属于自行改变注册商标。但结合《商标法》第四十九条第一款的规定，《商标法》第四十九条的自行改变注册商标中的“改变”只能是指细微的改变，没有发生质的变化，文章开头给出的那些商标图形则属于此类。如果改动较大，发生了质的变化，则表明改变后的注册商标具备了新的显著性，变成了“新的未注册商标”或者“与他人商标相同或相近似的商标”。不管形成的是“新的未注册商标”还是“与他人商标相同或相近似的商标”，他们的使用都不会导致原注册商标的撤销。其归纳起来，如下图：

由此可见，《商标法》第四十九条中的自行改变注册商标后所形成的商标应该是与原注册商标构成近似商标，即对注册商标进行局部或者较轻微的改动，如改变注册商标中文字部分的字形、字体、简繁体、大小写等，或者在不改变注册商标图形主体的前提下，对图形部分作稍微的改动或增减等。

三、“自行改变注册商标”后改变原注册商标“显著性”的法律后果

如果注册商标专用权人对注册商标改动较大，使改动后的标识具备新的显著性，则会形成两种“新的商标”：1. 不侵犯他人先权利的新的未注册商标；2. 与他人商标相同或相近似的商标。依据我国《商标法》等相关法律的规定，两种“新的商标”所受规制完全不同。

（一）“不侵犯他人先权利的新的未注册商标”之可能法律后果

1. 构成“冒充注册商标”行为

根据《商标法》第九条第二款和《商标法实施条例》第六十三条之规定，注册商标专用权人“有权”在商品、商品包装、说明书或者其他附着物上标明“注册商标”或者注册标记。如果注册商标专用权人在商业活动中标明了“注册商标”或者注册标记，那么当其改动原有注册商标后形成了“新的未注册商标”并将其用在原有的商标标识处，则会出现这样的情况：“新的未注册商标”使用了“注册商标”或者注册标记，属于“冒充注册商标”行为。这一行为既损害了商标管理的秩序，同时也是对消费者的欺骗，属于法律所不允许的行为。根据《商标法》第五十二条的规定，将未注册商标冒充注册商标使用的，由地方工商行政管理部门予以制止，限期改正，并可以予以通报，违法经营额五万元

以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

2. 使用“绝对禁止”使用的商标

《商标法》第十条规定：“下列标志不得作为商标使用：

（一）同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的；

（二）同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的，但经该国政府同意的除外；

（三）同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相同或者近似的，但经该组织同意或者不易误导公众的除外；

（四）与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外；

（五）同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的；

（六）带有民族歧视性的；

（七）带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的；

（八）有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。”如果改动后的“新的未注册商标”落入《商标法》第十条规定的“绝对禁止”范围内，根据《商标法》第五十二条规定，使用未注册商标违反本法第十条规定的，由地方工商行政管理部门予以制止，限期改正，并可以予以通报，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

3. 必须使用注册商标的商品未使用注册商标

如果注册商标专用权人是将原注册商标用于药品或烟等必须使用注册商标的商品上，改动商标标识后又将“新的注册商标”用于此类商品上时，则根据《商标法》第六条的规定，商标使用人不得在市场上销售此类商品。如果在市场上进行销售，根据《商标法》第五十一条规定，由地方工商行政管理部门责令限期

申请注册，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

4. 未注册商标的合法使用

如果注册商标专用权人在使用“新的未注册商标”的过程中，没有加注“注册商标”或者注册标记，且没有违背《商标法》第六条“强制注册”和第十条“绝对禁止”之规定，那么此行为可以被认定是符合《商标法》规定的未注册商标的使用行为，受《商标法》等相关法律得保护。

（二）“与他人商标相同或相近似的商标”之可能法律后果

注册商标专用权人对商标标识改动后有可能会变成“与他人商标相同或相近似的商标”，此亦分为两种可能：1. 与他人未注册商标相同或相近似；2. 与他人注册商标相同或相近似。

1. 与他人未注册商标相同或相近似

我国对未注册商标的保护之规定可见于《商标法》第十三条第二款“就相同或者类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混淆的，不予注册并禁止使用”、第三十二条“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”、第五十九条“商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的，注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用其商标，但可以要求其附加适当区别标识”和《反不正当竞争法》第五条第二款“擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品。”

由此可见，注册商标专用权人使用改动后所形成的“与他人未注册商标相同或相近似的商标”只要不是进行申请注册或者商品不属于《反不正当竞争法》所说的知名商品，侵权可能性很低。当然，如果未注册商标的使用人依据《著作权法》控告侵犯其在先权利，则另当别论。

2. 与他人注册商标相同或相近似

如果改动后的商标与他人注册商标相同或相近似，依据《商标法》第五十七条，属于侵犯注册商标专用

权，构成商标侵权行为。对于这一行为，根据《商标法》第六十条之规定，当事人可以进行协商，不愿协商或者协商不成的，商标注册人或者利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求工商行政管理部门处理。而且依据《商标法》第六十一条，对侵犯注册商标专用权的行为，工商行政管理部门可以主动查处或移送司法机关处理。

另外，不管是注册商标专用权人改动注册商标后形成的是“不侵犯他人先权利的新的未注册商标”还是“与他人商标相同或相近似的商标”，如果在原商品或服务上一直使用改动后的商标而没有使用原注册商标，期限长达三年的话，依据《商标法》第四十九条第二款的规定，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销原注册商标。

四、“自行改变注册商标”后未改变原注册商标“显著性”的法律后果

如果注册商标专用权人在保持其注册商标基本特征的前提下，对其注册商标的文字、字母、数字、图形、立体形状、颜色组合等进行细微改动，未改变其原有显著性，则改变后的商标与其原注册商标属于近似商标。此即属于《商标法》第四十九条的“自行改变注册商标”行为，根据《商标法》第四十九条的规定，此行为由地方工商行政管理部门责令限期改正；期满不改正的，由商标局撤销其注册商标。

五、结语

在商业行为中，有些企业会在许多类别的商品或服务上申请注册商标。但是在实际使用中，又由于各类商品或服务不同，其所能负载商标标识的范围大小或形状有所不同，为让商标更好地适应不同产品的风格或者为方便贴附商标标识的需要，企业便会对其注册商标标识进行改动。孰不知，这样的改动会给注册商标专用权人或者企业带来极大的法律上的风险，试想一个知名商标如果被撤销，对于企业来说可算得上“灭顶之灾”。注册商标专用权人或者企业应该规范商标的使用，注重商标标志的元素构成、大小比例、字体形式、颜色背景以及商标标志的所处位置、与周围符号的间距等内容。除自己规范之外，在许可他人使用、委托他人代生产等领域更应注意，与被许可方、受委托方等必须做到“有言在先”，否则，稍有不慎，便是麻烦不断。如若真有变动商标标志的必要，应严格根据《商标法》的规定，注册商标专用权人或者企

业应该重新提出注册申请。

“自行改变注册商标”的所有情况之列表
广义上的“自行改变注册商标”行为

一、改变原注册商标的“显著性”

(一) 新的未注册商标

1. “冒充注册商标”行为

相关法条：《商标法》第九条第二款、第五十二条、《商标法实施条例》第六十三条

结果：由地方工商行政管理部门予以制止，限期改正，并可以予以通报，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

2. 使用“绝对禁止”使用的商标

相关法条：《商标法》第十条、第五十二条

结果：同上

3. 必须使用注册商标的商品上未使用注册商标

相关法条：《商标法》第六条、第五十一条

结果：商标使用人不得在市场上销售此类商品。如果在市场上进行销售，由地方工商行政管理部门责令限期申请注册，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

4. 未注册商标的合法使用

结果：可以使用

(二) 与他人商标相同或相近似的商标

1. 与他人未注册商标相同或相近似

相关法条：《商标法》第十三条第二款、第三十二条、第五十九条、《反不正当竞争法》第五条第二款、《著作权法》

结果：侵权可能性很低，但未注册商标的使用人可以依据《著作权法》控告侵犯其先权利

2. 与他人注册商标相同或相近似

相关法条：《商标法》第五十七条、第六十条、第六十一条

结果：构成商标侵权行为，当事人可以进行协商，不愿协商或者协商不成的，商标注册人或者利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求工商行政管理部门处理。工商行政管理部门可以主动查处或移送司法机关处理。

其余风险 如果在原商品或服务上一直使用改动后的商标而没有使用原注册商标, 期限长达三年的话, 依据《商标法》第四十九条第二款的规定, 任何单位或者个人可以向商标局申请撤销原注册商标。

二、未改变原注册商标的“显著性”

种类: 对商标进行细微改动, 未发生质的变化

行为: 构成与原注册商标近似的商标

相关法条: 《商标法》第四十九条

结果: 由地方工商行政管理部门责令限期改正; 期满不改正的, 由商标局撤销其注册商标。简单粗暴告诉你 为什么要注册第 35 类商标注册第 35 类商标的重要性是什么?

作为一个名资深都商标代理人, 我们总是会想方设法挖掘业务资源, 恨不得每个企业都让他注册商标全类保护才过瘾。 实际工作中, 虽然我们每天都在给甲方解释, 为什么要一定要注册第 35 类商标, 为什么我们建议您注册第 35 类商标。但很多时候, 不管怎么解释, 你还是不懂。大多数时候, 大多数人, 只是盲目的听从代理人的建议。觉得说的有道理, 那就注册了呗。 那么究竟为什么要注册第 35 类商标, 其重要性或者说第 35 类商标对那些企业来说最为重要的? 看看第 35 类点分类情况: 【3501】广告 【3502】工商管理辅助业 【3503】替他人推销 【3504】人事管理辅助业 【3505】商业企业迁移 【3506】办公事务 【3507】财会 【3508】单一服务 【3509】药品、医疗用品零售或批发服务 根据上述分组的字面意思, 我们可以简单粗暴的先大概概括, 哪那些类型或者经验性质的企业要注册第 35 类商标: 1、广告公司、策划公司、设计公司等文化创意服务。注册的核心商品内容为: 户外广告 350003、※ 广告设计 C350001、广告策划 C350002、广告宣传 350039、广告稿的撰写 350099、广告代理 350047 等。 2、进出口贸易公司、电商等销售交易服务。注册的核心商品内容为: 进出口代理 350005、市场营销 350106、电话市场营销 350107、为商品和服务的买卖双方提供在线市场 350120。特别注意的是最后的“为商品和服务… … 提供在线市场”是 2015 年 1 月 1 日最新出现的, 之前是没有的。也是标志着电商服务商标的明确。 3、商业管理咨询服务类公司。主要是针对为企业提供商业信息服务, 商业调研服务等。以及商业管理, 主要为

饭店管理, 商业顾问等。(也就是为企业服务的企业)注册的核心商品内容为: 商业管理辅助 350001、饭店商业管理 350078、特许经营的商业管理 350096、商业信息 350065、民意测验 350066、通过网站提供商业信息 350119 等。同时也适合公关公司、商业服务公司等。 4、药店、医院药铺等。注册的核心商品内容为: 药用、兽医用、卫生用制剂和医疗用品的零售或批发服务 350108、※ 药品零售或批发服务 C350009, 等。 4、猎头公司, 招聘服务及人事管理等类型的公司。注册的核心商品内容为: 职业介绍所 350012、演员的商业管理 350079、为挑选人才而进行的心理测试 350090 等。 5、会计财务公司。注册的核心商品内容为: 计 350015、绘制帐单、帐目报表 350016、商业审计 350017、税务申报服务 350123 等。 6、秘书及办公服务类型公司。注册的核心商品内容为: 文秘 350072、复印服务 350009、文件复制 350026、开发票 350098、计算机文档管理 350061、在计算机数据库中更新和维护数据 350117(网管?)、办公机器和设备出租 *350013 等。 以上 6 种类型公司, 可以说是必须注册第 35 类商标。否则被别人抢注, 将会有很严重后果, 轻则改名换姓, 重则官司缠身。那么还有什么企业需要注册第 35 类商标呢? 对, 网络上很多传言, 互联网公司必须注册地 35 类商标。有网站, 你就必须注册第 35 类商标。那么这种情况证明解释? 1、像门户网站那样, 一般主要的盈利手段就是广告, 那么自然就落入广告公司保护的范畴。 2、像点击付费广告 350113、通过网站提供商业信息 350119 等这样的商品内容是现在网络时代的标配。作为商业管理和咨询或服务公司, 在新网络时代, 不失为也是一个有力工具。 还有什么企业需要注册第 35 类呢? 也就是剩下准备或者有目标有计划在未来开展上述 6 条相关业务活着其他相关联的公司企业。在中国商标“注册在先”原则的大范围下, 早注册, 早获权。早日案例享受权利。 至于很多传言, 说所有企业都必须注册第 35 类的商标, 大家也不要轻信。需要根据企业自身的实际情况。并不是一刀切的都需要注册。当然, 土豪注册也就注册来, 一千来块钱的事。今天就是这么简单粗暴。大家对号入住吧!

新商标法实施周年 驳回率增高

文 / 严薇

新《商标法》推行一周年，申请商标的时限、程序大幅缩减，商标权利人的权利得以更好的保护。然而，一些企业反映在申请、维权过程中依然“障碍”重重。近日，商报记者调查了解到，由于新商标法落地过程中存在客观问题，商标申请审查驳回率升高，部分快消品因宣传禁用“驰名商标”字样而遭受损失，导致企业遭遇新商标法时显得有些“不适应”。

包装禁用“驰名商标” 数千万商品险被退货

昨日，登康相关人士表示，将“驰名商标”体现在包装上对提高品牌知名度有促进作用，但随着新法实施，公司不得不面临修改包装广告的局面。更改包装需要一定时间，但卖场拒绝接收印有“驰名商标”的商品，甚至退回已经上架的商品。同时，在外地商超销售的登康商品也被下架查扣。“若按我们前年6亿多元的销售额计算，至少有数百万件、近2个月商品销售受到影响，销售额达数千万元。”该人士说。

举措 实施前流通享“豁免权”

江北区工商分局副科长马玲称，按国家工商总局的最新通知规定，对于将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，只追究持有人应承担的违法责任。商标违法行为发生在2014年5月1日以前的，适用修改前的《商标法》处理。

这意味着只要在5月1日前进入流通领域的产品，便享有“豁免权”，不仅经销商或零售商无需担责，厂商也无需回收商品，从而降低其经营成本。

明确注册审查时限 商标驳回几率增高

“以前申请注册商标至少要提前2年，若遭遇异议，

则需要更长时间，现在1年时间就能搞定。”长安汽车相关人士称，新商标法明确了对申请注册的商标，商标局应当自收到商标注册申请文件之日起9~12个月内审查完毕，大幅缩短了审批时限。

不过，该人士称，注册商标更快捷，可成功率却“打折扣”。往往在某商标类别申请时，一些商家却在其他相关类别提出异议。

类似的遭遇并非个案，永健食品、金科地产等企业也纷纷表示，商标代理反馈的复审信息增多不少，成本相应也提高了。

举措 将整治商标代理机构

针对商标申请成功率降低的情况，马玲称，下一步，工商部门将进一步规范商标代理机构，对违反行业规范的代理机构实行惩戒并记入信用档案。一旦发现商标代理机构有任何不诚信、不正当手段时，均可向工商部门或者商标代理行业组织进行投诉和反映，若给当事人造成损失的，还有权依据新《商标法》要求代理组织赔偿。马玲还表示，商标代理机构在代理商标申请注册业务时，应主动告知风险提示。



专利被肆意滥用 沦陷“黑色寻租”空间

文 / 汪诚

据国家知识产权局发布的数据显示，2014年共受理发明专利、实用新型和外观设计申请236.1万件，其中发明专利92.8万件，同比增长12.5%，申请量连续四年居世界第一。

然而，尽管专利申请量庞大，但其中真正有价值的专利十分有限，而且私下特殊目的专利交易日益泛滥——有的企业购买专利用于申报高新技术企业，从而享受国家税收、资金扶持等方面优惠；有的人购买专利用于考研、评职称，还有的市场价值很低的“专利垃圾”甚至出售给服刑人员，成为减刑工具。这种专利变现的渠道正在成为一块“黑色寻租”空间。

分析我国的专利使用和保护现状，首先是基数大，转化率低，庞大数量专利的价值普遍不高。据国家知识产权局发布的数据显示，2014年共受理发明专利、实用新型和外观设计申请236.1万件，其中发明专利92.8万件，同比增长12.5%，申请量连续四年居世界第一。

尽管拥有如此庞大的专利申请量，但绝大多数停留在概念里，并未转化为实际生产力。

科技部火炬中心技术市场发展咨询专家林耕称，在全国22万项目合同里，只有2571个是专利转让合同。如果把专利授权数做一个分母，那么专利转让实施率则仅有0.41%。

“国内专利中至少七成以上价值有限。”业内人士透露，专利价值普遍不高是造成转化率的主要原因。该人士举例说，他曾接手转让一个实用新型专利质押贷款，为口服液瓶盖的开启方式，事实上，相关瓶盖开启方式的专利屡见不鲜。“这种专利价值非常低，

贷款给他可能连利息都还不上。”他还接触过一个医药领域专利，由于并未拿到国家准字号，后期转化为药品的投资会非常大，也难以在市场上流通。

其次是专利权沦为纯粹“门槛性”工具被随意使用。杨伟民透露，目前市场上流通的专利其实有很多，但大都限于私下交易，其交易目的也并非为做成商品，而是利用它较快申报高新技术企业，从而享受税收、资金扶持等方面优惠。

通过网络记者联系到一家知识产权交易公司。该公司负责人说，他们可以为参评高新技术企业提供专利，发明专利价格在5到6万元，实用新型专利约为5000元，而且“包拿证”，实用新型专利6个一起“打包”购买还有优惠。

为证明确有专利，他向记者展示了今年新近申请的一项实用新型专利“一种具有照明功能路由器”，售价在3500元。他表示，一旦确认购买，会通过国家知识产权局做变更，十分方便。卖家还表示，通过其购买专利用于考研、评职称的也不在少数。

现实中，有的市场价值很低的“专利垃圾”甚至出售给服刑人员，成为减刑工具，用来花钱“赎身”，这种专利变现的渠道正在成为一块灰色地带。此外，国内专利评估机构普遍缺乏权威性，估值背离真正价值。由于专利估值与融资额多少紧密联系在一起，而且融资额度通常是专利估值的50%以下甚至是10%，不少专利评估机构为迎合市场需要，存在虚高。

有专家称，曾目睹过一款烤鸭炉的专利评估价值高达估值数亿元，明显超过其应有价值，“套现”目的明显。

一、什么是失效专利？

失效专利泛指因法律规定的各种原因而未予授权或失去专利权，不再受专利法律保护的发明创造或专利。

二、失效专利是怎样产生的？

失效专利的成因主要有以下几种情况：

（一）专利申请文件不符合初审要求。国家知识产权局在受理专利申请案后，要对其申请手续是否完备、文件是否齐全、著录是否符合专利法规定、申请人的身份是否符合专利法要求、发明主题是否属于专利法保护范围、是否已交纳申请费等进行初步审查。上述各项若有不符合要求，则要求申请人在指定的期限内补正。申请人期满未补正的，其申请视为撤回。补正后仍不符合专利法要求的，则被驳回。无论是“视为撤回”还是“被驳回”的申请专利都成为失效专利。

（二）专利申请人在申请公布后撤回。国家知识产权局经初步审查后认为发明专利申请符合专利法规定，即行公布申请人的发明。申请人应在法定期间内请求进行实质审查。如果申请人不请求实质审查，则该申请视为撤回，成为失效专利。

（三）专利申请人无正当理由逾期不答复。国家知识产权局对发明专利进行实质审查后认为不符合专利法规定的，则通知申请人，要求其在指定的期限内陈述意见，或者对其申请进行修改。申请人无正当理由逾期不答复的，则视为撤回，由此成为失效专利。

（四）未在我国申请专利保护。专利权具地域性，一国授予的专利权只能在该国法律管辖的领域内得到支持与保护。国外专利如果未在一年内在我国申请专利保护，就不受中国专利法保护，该项专利在我国就成为失效专利。

（五）专利权人未按期缴纳费用。专利权人必须

履行缴纳专利维持费的义务，无正当理由而不按时缴纳的，即视为自动放弃专利权，也成了失效专利。

（六）发明专利申请案被驳回。国家专利行政部门认为专利申请人的陈述和修改还是不符合专利法的规定，驳回了专利申请。

（七）专利授权前的撤回申请或专利权被宣告无效。申请人在被授予专利权之前撤回了专利申请，或在授予专利权后，被其他单位或者个人发现该专利权的授予不符合专利法有关规定，可请求专利复审委员会宣告该专利权无效。

（八）专利权人自动放弃专利权。有些专利技术虽然还在保护期内，但专利权人已认为不具备利用价值，不愿意继续为之承担各项义务，而自动以书面形式声明放弃。

（九）保护期届满。授权专利保护期限届满之后，专利权人不再享有独占权。我国的专利保护期是自申请之日起满 20 年。

申请日本实用新型专利时的注意点



概要

在中国，实用新型专利申请的数量很多，基于实用新型专利权而引起的侵权诉讼也有许多。

中国企业在日本申请实用新型专利的时候，如果以与在中国申请相同的思考方法申请，有可能会出乎意料地失败。

本文就有关中国企业在日本申请实用新型专利时的注意点进行解说。

权利行使时的注意点

不需要进行实质审查、保护对象仅限于物品的形状、构造、或其组合的方面上(方法、化合物、软件除外)是与中国相同的，但是在向对方发送律师函、及向法院提起专利侵权诉讼的时候，实用新型技术评价书的出具被规定为义务的方面上两国是有差异的。

(1) 实用新型技术评价书

在实用新型法第 29 条第 2 款中如下规定：

“实用新型权人或专用实施人，在专利侵权中，除非已就其注册的实用新型发出警告，否则对于侵害人等，不能行使其权利。”

由于以无审查赋予权利的，所以权利人有义务在确认实用新型专利的有效性之后发送律师函、或提起诉讼。

实用新型技术评价的请求是向专利局申请的。实用新型技术评价书任何人都能请求。因此，有可能被判断为侵害权利的第三人也能请求。

申请后，通常 2-3 个月内，能够得到审查结果。实用新型技术评价书与通常的审查意见通知书(拒绝理由通知)一样地记载引用文献、新颖性的有无、创

造性的有无事项。

对于实用新型评价书的内容不能提出不服。

(2) 权利无效时的损失赔偿

实用新型法第 29 条第 3 款如下规定：

实用新型权人或专用实施人对侵权人行使其权利、或发出其警告的，当实用新型的注册为无效的审查决定被确定的时候，专利权人因行使其权利、或发出了其警告，则承担给予对方造成损失的赔偿责任。但是，若基于实用新型技术评价书的实用新型技术评价行使其权利、或发出其警告时，且在其他方面相当地注意行使其权利、或发出其警告的，不限于此。

因此，即使得到肯定内容的评价书，自己对专利再进行检索等是非常有必要的。民事诉讼后，实用新型专利因无效宣告请求而被变成无效的时候，实用新型专利权人承担因诉讼给被告带来损失的赔偿责任。

预先得到有效的实用新型专利评价书，并且自己再预先进行专利检索，没有过失的话，就没有承担损失赔偿的责任。

发明申请的变更

与中国不同，在日本实用新型专利申请能变更为发明专利申请。实用新型专利申请后 3 年以内，能变更为发明专利申请。另外，第三人申请了实用新型技术评价的，即使是被宣告申请无效的，在一定的期限内也能变更为发明专利申请。

还有，实用新型专利权人自己申请了实用新型技术评价的，不能进行变更申请。

如以上所述的实用新型专利由于在权利行使时存在许多制约问题，若想放心地行使权利得到更长的存续期限的话，期限中能变更为发明专利。这种情况下，对于发明专利申请则变为需要进行实质审查。

存续期限

发明专利的存续期限为自申请日起 20 年，实用新型专利的存续期限为自申请日起 10 年。

三星和 IBM 成为获得和申请 美国专利最多公司

文 / 木秀林

近日，据美国媒体报道，今年 1-5 月三星和 IBM 各获得超过 3000 件美国专利，在“最具创新力”公司排行榜中名列前茅，远超过谷歌、微软、索尼和苹果。三星还是今年申请美国专利最多的公司，申请了 2487 件。

这些数据是西雅图新创公司 Scoop 公布的，该公司的服务被新闻记者用于搜索各种上市公司的文件和获得提示。该公司联合创始人、前微软高管比尔·汉克斯 (Bill Hanks) 在谈论此次排名的博客中称：“好不奇怪，绝大多数实用专利来自科技和消费电子行业。”然而他指出，专利最多的公司在科技新闻头条上并非占据多数，而是苹果和谷歌这样的公司。

Scoop 收集了美国专利和商标局 (USPTO) 每周公布的获批准专利和专利申请。这个排名关注实用专利，也被称为发明专利，而不是外观设计或其他类型专利。早先 IBM 一直是开发和许可大量专利组合的领先者，还是购买专利最多的公司之一。三星一直在法庭上与苹果和微软等公司进行专利诉讼，使用其 IP 组合支持其法律地位。该公司不但是最大的手机制造商，也是平板电脑和电视机的主要制造商，并生产电池、闪存和芯片等零部件。

以下为 Scoop 选出的今年申请和获得最多美国专利的 10 大公司。

2015 年 1-5 月获得专利最多公司

1、IBM 3059

2、三星 3052

3、佳能 1782

4、LG1484

5、谷歌 1083

6、索尼 1074

7、微软 1037

8、高通 1034

9、东芝 1022

10、松下 896

2015 年 1-5 月申请专利最多公司

1、三星 2487

2、IBM 1764

3、东芝 989

4、LG 856

5、通用电气 664

6、高通 617

7、台积电 561

8、索尼 528

9、现代汽车 514

10、丰田汽车 462



国产手机将打专利内战？ 谁将会被围剿

文 / 李娜

“高通反垄断”案件引发的蝴蝶效应正在显现。

近日，长期接触国产手机厂商的手机中国联盟秘书长王艳辉透露，在本月内，一家知名本土手机品牌的专利代理公司将于近期起诉另一本土知名品牌。在他看来，随着发改委反垄断调查高通的结束，大陆手机专利战真的要来了。

“目前尚不方便透露双方的名字。”王艳辉对《第一财经日报》表示，发改委对高通反垄断调查客观上迫使高通取消了之前的免费反授权，为本土手机品牌之间的专利战扫清了障碍，之前由于大陆手机被迫向高通免费反授权，也就失去了利用手中专利起诉竞争对手的权利，如今打破枷锁，专利内战是早晚的事。

专利价值重估

高通专利案结束后，由于专利本身的复杂性，对于中小手机厂商来说，仍处于较为被动的状态。

“现在的状态就是等待一个清晰的局面出现，但在那之前需要一段时间的博弈和谈判。”一位品牌手机厂商的负责人对本报记者如是说。

《第一财经日报》此前的高通系列报道中曾经描述过手机厂商与高通之间的合作过程：一家配合调查的手机企业与高通签署的标准合同中，相关条款非常复杂，但大致包含两大块内容：每部手机需要支付的费用；一次性支付给高通的许可费。

前者分有大约十个价位比例档次，按照卖出手机数量来计算收取比例，算法非常复杂。后者由于每个企业实力不一样，所具有的专利重要性不一样，对高通的价值不一样，所需要付给高通的许可费用也有所不同。

简单说，就是比如A公司有10个专利，B公司有同样重要的5个专利，那么A与B之间签署交互许可协定，B仅需付给A公司5个专利的使用费用。但是高通强势的原因在于，持有的所有专利是最基础的专利，因此在谈判中，有很强的话语权。

显然，对于像华为、中兴这样在专利上有较强储备的国产手机厂商来说，话语权会得到加强，而更多的中小企业则处于等待过程中。

有知识产权相关的律师此前曾对本报记者表示，在新的谈判

中，如何确立新的交叉授权条款，评估中兴、华为这类专利储备较多企业的专利包所占比重，是判断本次反垄断处罚是否能够真正改变高通生态链的关键所在。

数据显示，截至2014年11月，华为获得的专利授权量近3万件。截至2013年底，中兴通讯在全球专利拥有量超过5.2万件，累计专利授权量已超过1.6万件。但强势的高通方在交叉许可合同中，对华为、中兴两家厂商所拥有的专利包的价值评估几乎为零。

目前据本报记者了解，华为已经与高通重新签订了授权协议。

谁会成为围剿对象？

事实上，专利从去年开始就成为国产手机厂商圈内热议的话题之一。目前国内手机市场放眼望去，拼外形、拼工艺、拼配置、拼价格的硬件战已经越来越没看点，当产品同质化已成为不可避免的趋势时，厂商亟需一个新的营销点，而专利则是一把利器。对于在专利上逐渐获得话语权的厂商来说，是否会针对专利问题在未来发起诉讼，实际上暂时仍未有明确态度。

中兴方面对《第一财经日报》记者表示，尚未听到内部有关于

向本土厂商诉讼的说法。但对于是否会发函针对专利问题开打，中兴实际上并无正面回应。

有接近中兴人士对本报记者表示，有知识产权的公司应该享受专利红利，而专利缺失的公司也必须为自己的短板买单，当然，专利领先者也不能放松，竞争才刚刚开始。言下之意，未来中兴并不会放弃专利诉讼的权利。

而中兴旗下品牌努比亚总裁里强则讲得更加直白：关于专利技术，国内厂商打个招呼，学习、借鉴都没有问题，但是国际厂商打了招呼也不行。

“我们对国内手机厂商的态度是比较宽容的，抄袭一项技术可能会比较简单，看一看参数就可以，但这并不意味着要将我们所拥有的技术进行制约，这样也不利于行业的发展。比如我们做了无边框，围绕无边框它的交互和后续布局了 500 多项专利，但真的会把国内其他厂商无边框的路堵死吗？我们最重要的是抓住这个机遇把中国手机做起来。”里强对本报记者如是说。

华为相关发言人 14 日对本报记者表示，华为 IPR 的首要任务是保卫自身业务安全，构筑公平健康的商业环境，不会因为高通条款的问题而向国内厂商提起诉讼。

前不久，小米突然对外宣布引进高通大中华区总裁王翔，被业内视为专利攻防战的一步。

对此，王艳辉认为专利诉讼近几年未曾间断，不过真正来自大陆手机品牌之间的专利战一直没有发生，如果本土手机专利战真的爆发，对中国手机产业将产生重大影响。



发明专利现有技术抗辩的实务分析

文 / 李可

本文仅讨论涉及被控侵犯中国发明专利（和实用新型专利）时的现有技术抗辩。现有技术抗辩的法律依据来自：

《专利法》第六十二条：在专利侵权纠纷中，被控侵权人有证据证明其实施的技术或者设计属于现有技术或者现有设计的，不构成侵犯专利权。

《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释》法释〔2009〕21号第十四条第一款：被诉落入专利权保护范围的全部技术特征，与一项现有技术方案中的相应技术特征相同或者无实质性差异的，人民法院应当认定被诉侵权人实施的技术属于专利法第六十二条规定的现有技术。

现有技术抗辩是侵权被告应对专利侵权指控时的一种法定抗辩方式，但能适合用的案子不多。现有技术抗辩的优点是直接有效，可避免在专利无效上的直接冲突。通常侵权被告方基于对现有技术的了解，研究现有技术抗辩是否可行，在结果有利且可行性较好时考虑采用，否则弃之不用。在权衡现有技术抗辩的可行性时，尤其需要注意其对全局的影响，典型情况下，指其是否会导致对某些技术特征的解读或特别情节的不利认定。

现有技术抗辩涉及对三个主题进行技术特征分解分析，分别是：

a) 涉案权利要求
b) 被控侵权技术方案
c) 被控侵权技术方案涉及的现有技术证据

现有技术抗辩成立的关键是证明 b 属于 c 或等同于 c。现有技术抗辩的法理在于，如果证明 b 属于 c 或等同于 c，则被控侵权方案属于现有技术，而实施现有技术不应侵犯任何专利权，任何专利权也不应将现有技术纳入其保护范围。

通常，争议程序中的相关方有：0. 裁判方，通常是法院；1. 侵权原告；2. 侵权被告。各方对以上三个主题通常会有各自的理解，相对方以争取裁判方更多地采信于己方有利的观点为目标，因为裁判方的观点最终决定结果。

现有技术抗辩通常涉及针对以上三个主题完成以下总计四套重要技术特征组合的分解和分析：

侵权被告通过 b 与 c 进行比对分析，最终形成现有技术抗辩。其中，b1 与 c 进行比对最符合立法本意。应当特别指出，法释〔2009〕21号第十四条第一款“被诉落入专利权保护范围的全部技术特征”这一措辞，可以支持但不限于这一理解：b1 作为原告方自认的对被控侵权技术方案的解读，即使 b1 没有客观如实地反映被控侵权的技术方案，即其中可能存在错误，但如果通过 b1 与 c 进行比对可以达成现有技术抗辩成立这一对

原告不利的后果，这对于被告方和裁判方均是可以接受的公平结果，没有必要对 b1 是否符合客观实际情况再加以追究。

相应，如果 b1 对侵权被告有利，即 b1 与 c 进行比对即可成功达成现有技术抗辩，则侵权被告可直接采取此策略。这种情况下，从表象上，现有技术抗辩的成立可以与 a（或是专利权利要求）不相关。

但是，如果 b1 对侵权被告不利，侵权被告需要提出 b2。通常 b2 不能获得侵权原告的认可，侵权被告需要向裁判方证明 b2 相对于 b1 才是更合法合理的，并获得裁判方认可，这样才有可能达成现有技术抗辩。在论证 b2 的合法合理性时，才会有必要引入 a（或 a2）来支持 b2，通常这是难以避免的。

相应，在准备采用现有技术抗辩时，操作步骤如下：

1. 依据侵权指控形成侵权判定技术特征对比表

在操作层面，侵权被告应依据侵权原告的指控，整理形成侵权判定技术特征对比表。此步骤是对侵权原告的意思进行整理，应完全尊重和依照侵权原告的意思形成特征对比表。

例：

权利要求：一种鞋垫，包括除臭层和与除臭层相邻的吸汗层。

侵权原告对被控侵权产品的描

述：侵权的鞋垫，包括一体的除臭吸汗层。

侵权判定技术特征对比表：

技术特征常具有复杂的层次，在准备进行现有技术抗辩时，应将技术特征细分至可以明确权利要求与疑似侵权方案之间，以及疑似侵权方案与现有技术对比文件之间区别特征的最小层次。在对技术特征进行分解时，不应拘泥于权利要求原本表述结构和措辞，也不应拘泥于被控侵权技术方案相应特征在物理或逻辑上的组合、融合或分解。

2. 对侵权判定技术特征对比表进行审核修订

之后，侵权被告对侵权判定技术特征对比表进行审核修订，主要审查相应内容是否客观合理合法，对于存在问题的部分应当加以修正。所述修正不限于对技术特征划分的调整，对特征之解释的调整等等。对于相应的问题和修正，应当陈述理由并具备法理支撑。在争议程序中，相应理由陈述应当作为现有技术抗辩的一部分提交给裁判方和对方考虑。

为进行合理对比，b列中的特征应尽可能上位，但不能相对于a列中相应特征更为上位，至多可与a列中相应特征层级或外沿相当。b列中的特征可以是下位特征，但

越下位对侵权被告越不利。

例：

关于a，仅就为达成不侵权抗辩，尤其是可能的专利无效而言，通常其限制性被解读得越弱越好，即保护范围越大越好；而对于防止侵权成立而言，通常其限制性被解读得越强越好，即保护范围越小越好。

在实际操作中，如何对a、b、c等进行解读，不应只着眼于达成不侵权抗辩，还应至少将可能的专利无效和防止侵权成立一并加入，同时结合证据等具体情况而进行通盘考虑，从而避免局部有利而全局受损的情况。

3. 制作现有技术抗辩技术特征对比表

再下一步，需依据侵权被告审定的侵权判定技术特征对比表及现有技术对比文件完成现有技术抗辩技术特征对比表：

现有技术抗辩技术特征对比表中b列“疑似侵权技术方案的对应技术特征”即为侵权判定技术特征对比表b列“疑似侵权技术方案的对应技术特征”。

现有技术抗辩技术特征对比表中c列“现有技术技术方案的对应技术特征”应当取自一份现有技术对比文件中的一个技术方案，确有

必要时，可以补充公知常识。

原则上应以b2为基础，此种情况下，应附带b2相对于b1更具有合法性的论证。但如果以b1为基础明显有利时，可以按此方式处理，但同时应注意侵权被告不应对其不利情节加以认定。

4. 基于现有技术抗辩技术特征对比表进行抗辩分析

最后，基于现有技术抗辩技术特征对比表进行抗辩分析。如果b列c列各行的特征均相同或等同（含c是b的下位概念），则现有技术抗辩成立，否则现有技术抗辩不成立。

判定和分析的方式类似于侵权判定或新颖性审查。即视b列为权利要求，c列为被控侵权技术方案或有效的新颖性审查对比文件，如果能够得出c侵权成立或b不具备新颖性的结论，则现有技术抗辩成立。

当现有技术抗辩不能成立时，应当返回第1步骤重新执行整个操作，并在执行过程中逐步进行问题检查和修正。如无法得到现有技术抗辩成立的结论，则应放弃现有技术抗辩，或在找到更适合的对比文件后重新尝试。



专利法修改草案五大热点备受关注

文 / 赵建国

“紧紧围绕党和国家工作大局，以建设知识产权强国为目标，立足国情，放眼世界，针对我国专利法实施中的突出问题，提出有针对性的解决措施，保护创新者的合法权益，促进专利实施与运用，充分激发全社会的创新活力，为深化经济和科技体制改革、转变经济发展方式、建设创新型国家、实施创新驱动发展战略提供法律保障，是专利法第四次修改的指导思想。”近日，专利法修改草案（征求意见稿）公开向社会征求意见，引发社会高度关注。对此，国家知识产权局条法司有关负责人在接受中国知识产权报记者采访时，就此次专利法修改过程中的五大热点作了解读。

热点一：加大专利保护力度，维护权利人合法权益

“专利维权举证难、周期长、成本高、赔偿低、效果差，是企业创新发展的最大障碍。因此，从社会实际需要出发，进一步完善具有中国特色的专利保护制度是此次专利法修改首先要解决的问题。”国家知识产权局条法司有关负责人表示，专利法修改草案围绕加强专利保护、加大执法力度，针对上述问题，提出相应措施，建立健全打击专利侵权的长效机制，促进专利行政执法和司法保护的有效衔接，提高执法效率，降低专利维权成本，营造公正公平、规范透明的法治和市场环境。其中主要建议包括：为解决专利维权“举证难”问题，完善相关证据规则；为解决专利维权“周期长”问题，明确行政调解协议的效力，规定无效宣告请求审查决定及时公告；为解决专利维权“赔偿低”问题，增设对故意侵权的惩罚性赔偿制度；为解决专利维权“成本高、效果差”问题，加大对假冒专利的处罚力度，完善行政执法手段，就群体侵权、重复侵权行为的行政处罚以及制止网络侵权作出了规定。

热点二：促进专利的实施和运用，实现专利价值

根据2014年全国专利调查结果显示，截至2013年底，我国高校拥有的有效专利实施率为14.6%，科研院所实施率为39.7%，既与我国创新发展的形势需要不相适应，也与国外发达国家存在差距。

“完善职务发明制度，解决专利创造、运用、保护、管理中的突出问题，健全、完善以市场需求为导向的专利技术转化机制，更好地激励创新并推动专利的实施和运用，是亟待解决的问题。”国家知识产权局条法司有关负责人表示。

对此，专利法修改草案的主要修改建议包括：为充分调动发明人、设计人的积极性，促进技术创新，规定利用本单位物质技术条件完成的发明创造的权属适用约定优先原则；为解决国家设立的研究机构、高等院校专利技术转化率低的问题，允许发明人或者设计人在单位怠于实施职务发明创造的情形下根据与单位的协议自行实施，并获得相应收益；为解决专利许可供需信息不对称问题，借鉴国外经验，引入专利当然许可制度，降低专利许可成本；为处理好标准和专利之间的关系，防止专利权人在参与国家标准制定过程中不当行使专利权损害公共利益，规定标准必要专利默示许可制度；为规范专利质押行为，就专利出质登记以及质权人的权益作出明确规定；增加防止专利权滥用的原则性规定。

热点三：实现政府职能法定，建设服务型政府

“根据党的十八大、十八届三中和四中全会精神，依法治国，建设法治政府和服务型政府的要求也体现在专利法修改草案中。”国家知识产权局条法司有关负责人表示，专利法修改草案按照依法治国、职能法定要求，明确国家和地方专利行政部门的职能和分工，促进政府部门职能转变，明确规定专利行政部门的行政审批、行政许可事项以及行政执法权限，强调了专利行政部门在提供专利信息公共服务、促进专利运用等方面的职责。

热点四：完善专利审查制度，提升专利质量

国家知识产权局条法司有关负责人表示，专利法修改草案为适应我国经济发展和创新需求，结合国际发展趋势，拟适当扩大专利保护范围，明确对局部外观设计的保护，取消对养殖动物疾病诊断和治疗方法获得专利保护的限制；从方便申请人、提高专利质量出发，优化专利申请、审查、复审和无效程序，增加外观设计国内优先权制度，完善有关优先权要求的规定，明确专利复审和无效宣告审查程序的审查原则；延长外观设计专利保护期限。

热点五：完善专利代理法律制度，促进知识产权服务业健康发展

截至 2014 年底，全国已有 2 万余人取得专利代理人资格，执业专利代理人超过万人。每年通过专利代理机构提交的专利申请量占提交专利申请总量的比例近 64%。

“因此，完善专利代理法律制度，促进知识产权服务业健康发展迫在眉睫。”国家知识产权局条法司有关负责人表示，专利法修改草案根据实践发展需求，将进一步完善专利代理法律制度，规定专利代理师、专利代理机构执业基本准则，明确专利代理行业自律

组织的法律地位，制止“黑代理”行为，营造有利于合法经营、诚实守信、有序竞争的法治环境；明确专利行政部门鼓励和规范专利信息市场化服务和专利运营活动的责任，积极培育形成一批市场化、专业化、国际化的专利信息服务机构，为创新主体提供专利战略规划、专利分析预警、海外维权等高层次服务。

“专利法草案涉及实质性修改的条文共 30 条，其中对现有条文修改 18 条，新增 11 条，删除 1 条，并新增‘专利的实施和运用’一章；另有适应性文字修改或调整的条文 2 条。”国家知识产权局条法司有关负责人表示，专利法第四次修改既是为了解决我国专利保护和运用中的突出问题、切实维护专利权人的合法权益，也是为了增强创新主体对专利保护的信心、充分激发全社会的创新活力而进行的一次全面修改，欢迎社会各界提出宝贵意见和建议。



那些常见的专利排行榜你知道多少？

【导读】

在知识经济时代，无论是美国标准普尔指数 500 家企业中无形资产比重的变化，还是近些年来频繁上演的智能手机“专利大战”以及大量的专利收购事件，均表明：专利已经成为企业重要的财富，成为生产的要素、贸易的主角、竞争的利器，成为驱动企业基业长青的源动力。

在知识经济时代，无论是美国标准普尔指数 500 家企业中无形资产比重的变化，还是近些年来频繁上演的智能手机“专利大战”以及大量的专利收购事件，均表明：专利已经成为企业重要的财富，成为生产的要素、贸易的主角、竞争的利器，成为驱动企业基业长青的源动力。通过比较衡量企业拥有的专利组合规模和质量情况，可以清晰准确地透析其技术实力、创新能力乃至竞争力。而基于一系列客观量化的专利统计指标所形成的专利实力排行榜，例如，《华尔街日报》专利记分卡、IEEE 专利实力记分卡、汤森路透全球百强创新机构排行榜等，为各类创新主体提供了技术层面的共同比较舞台，每次发布后均会引起极大的反响。对于社会公众，从中可以了解行业内的技术翘楚与创新标杆，而对于企业而言，入围榜单便是对其绝佳的宣传。以下结合网络公开信息，就上述三类排行榜做简单介绍。

一、《华尔街日报》专利记分卡

（一）简介

《华尔街日报》简称 WSJ）每周二在财务 & 投资栏目中以专利记分卡（PatentScorecard）的形式发布某一行业的公司、研究机构的技术强度排名和股票行情数据，相同内容随后发布在《华尔街日报》在线网站的市场数据中心版块中。专利记分卡主要关注某一产业内的专利情况，统计指标涉及专利授权量、产业影响力、研发强度、技术强度、科学强度等，并且按照技术强度和科学强度对某一产业内的机构进行排名，给出了综合考虑专利组合的规模和质量后的专利

实力对比结果，统计结果每 13 周更新一次。专利记分卡共涉及包括航空航天及国防、汽车及运输、生物、化学、消费电子产品、个人消费品、综合产业、电子器件、能

源及环境、食品饮料及烟草、重工业装备、工业零器件、原材料、信息技术、医疗器械及服务、制药、半导体、通讯在内的 18 个产业。在给出专利组合排名结果的同时，《华尔街日报》还将专利记分卡数据和道琼斯金融数据关联在一起，给出了某一行业内技术强度排名第一的公司的产业影响力、研发强度、专利授权量、股票行情与行业整体水平的对比结果。

《华尔街日报》专利记分卡的数据由专利委员会（The Patent Board）提供。专利委员会实际上属于 ipIQ 公司（ipIQ 指 Intellectual Property, IntelligenceQuotient；现改名为 ip IQ Global 公司），其前身为美国 CHI 知识产权咨询公司（CHIresearch）。CHI 成立于 1968 年，一直致力于科学与技术创新指标的研究与分析，创立一系列专利指标，尤其是开创了专利引证统计分析的先河。美国国家科学基金会编写出版的《美国科学与工程指标》、OECD 科技指标系列手册中的《专利

手册》都介绍并采用了 CHI 的专利指标体系。CHI 在专利计量领域是绝对的国际领导者，而专利记分卡是其颇具特色的研究成果，并且已经注册商标。2004 年 11 月，CHI 公司被并购并改名为 ipIQ 公司。

专利记分卡于 1992 年 8 月 3 日首次发布在《商业周刊》（BusinessWeek）杂志上。2007 年之前，专利记分卡每年在《商业周刊》杂志和麻省理工学院的《技术评论》杂志（MIT's Technology Review）上发布。2007 年起，《华尔街日报》和专利委员会成为合作伙伴，定期以专利组合排行榜的形式在《华尔街日报》上发布专利记分卡。

除了与《华尔街日报》合作发布产业专利组合排名结果外，专利委员会还发布了全球专利记分卡（The Global Patent Scorecard）、专利委员会 500 强记分卡（The Patent Board 500 Scorecard）、大学记分卡（University Scorecard）等。

（二）主要指标

专利记分卡指标包括四方面六个指标：

1、质量：包括技术强度和产业影响力指标。技术强度是结合数量和质量因素对某一机构专利组合实力的总体评估结果，是专利组合的排名依据之一。产业影响力指某一机构专利组合对后续技术创新的影响程度，通过专利被引用数据计算。

2、数量：专利授权量指标，指在某一机构在统计周期内的美国专利授权量。

3、科学：包括科学强度和研究强度指标。科学强度用来衡量企业利用科学研究成果构建其专利组合的程度，也是专利组合的排名依据之一。研究强度指某机构专利组合中科学关联度高于行业平均值的专利数量程度。

4、速度：创新循环周期指标，用于衡量专利或专利组合所基于的现有技术的新旧程度。

二、IEEE 专利实力记分卡

（一）简介

《IEEE SPECTRUM》期刊于 2013 年 10 月 23 日发布了 2013 年 IEEE（美国电气和电子工程师协会）专利实力记分卡（Patent Power Scorecard）。专利实力记分卡是对全世界 5000 余家领先的公司、学术机构、非盈利组织和政府机构的美国专利进行客观、量化分析的结果，其涉及航空航天和国防、汽车及零部件、生物医药、化学、通信\网络设备、通信\网络服务、计算机设备和存储、计算机软件、计算机系统、综合性企业、电子产品、政府机构、医疗器械、科学仪器、半导体设备制造、半导体制造、大学/教育/培训共 17 个领域。专利实力记分卡根据专利实力指数排名，其综合考虑了专利组合的数量和质量，其中，专利质量是

通过专利增长情况、技术影响力、技术原创性和技术扩散性相关的指标体现的。由于采用了质量加权后的专利组合规模作为衡量依据，从而可以整体度量某个机构的技术实力，是衡量各种机构在技术研发和创新实力的最佳晴雨表。该榜每年发布一次，2013 年

榜单是第七次发布。2012 年专利实力记分卡榜单还同时在福布斯网站上公布。

专利实力记分卡由美国 1790 分析公司（1790 Analytics）提供数据。该公司创始人是 Anthony Breitzman 博士，他原来是 CHI 的副总裁，是科技技术评估方面的全球知名专家。Anthony Breitzman 博士离开 CHI 之后创立了 1790 分析公司。该公司专利分析业务主管 Patrick Thomas 博士、商业发展主管 Chip D' Angelo 均为原 CHI 研究人员。

（二）主要指标

IEEE 专利实力记分卡中的专利实力指数是对专利数量及其增长情况、技术影响力、原创性和普及性进行组合运算后的综合性指数，其计算公式为：专利实力指数 = 专利数量 × 专利增长指数 × 校正后的技术影响指数 × 技术原创指数 × 技术扩散指数。以 2012 年专利实力指数为例，各参数的含义为：

1、专利数量，指 2012 年美国专利授权数量。

2、专利增长指数，用于反映某机构的专利活跃度，进而反映某机构的创新活跃度。计算方法为：某机构最近一年美国专利授权量（2012 年）除以前五年期间（2007-2011 年）每年平均授权量。

3、校正后的技术影响指数，反映了某机构专利组合对后续技术发展的影响力。计算方法为：首先计算技术影响指数基础值，然后根据自引率对技术影响指数基础值进行校正（以消除极端自引的影响）。技术影响指数基础值指某机构前五年（2007-2011 年）所有授权专利被最近一年（2012 年）全美所有授权专利引用的次数，除以与该机构专利组合处于同时期、同领域的所有授权专利被最近一年全美所有授权专利引用次数的平均值。

4、技术原创指数，反映了某机构专利组合所引用的专利技术（即受引专利）的领域宽泛程度。通常，改进型发明倾向于参考来自单一领域的现有技术，而重要的原创型发明倾向于组合多个不同领域的专利技术进而形成新的发明创造。

5、技术扩散指数，又称为技术普及性指数，其与技术原创指数类似，但是反映了引用某机构专利组合的专利技术（即施引专利）的领域宽泛程度。技术扩散指数越大，意味着某机构专利的应用普及性好，对后续技术创新的影响范围大。

三、汤森路透全球百强创新机构排行榜

（一）简介

汤森路透“全球百强创新机构排行榜”是基于一系列专利指标对全球范围内最具创新性的机构的排名结果，由汤森路透知识产权与科技事业部在其网站上发布。自 2011 年起每年发布一次，至今为止已经发布了三次。2013 年全球百强创新机构数据显示，按照上榜机构数量而言，来自北美的机构有 46 家（美国 45 家、加拿大 1 家），来自亚洲的机构有 32 家（日本 28 家、韩国 3 家、中国台湾地区 1 家），来自欧洲的机构有 22 家（其中法国 12 家、瑞士 4 家）。虽然中国专利申请数量领先全球，但由于专利质量及技术影响力不足，中国公司无一上榜。

（二）主要指标

汤森路透“全球百强创新机构”的评选方法基于四个标准：

- 1、专利总量，指某机构近三年的 DWPI (Derwent World Patents Index) 基本专利数量。该基本专利指在 DWPI 专利同族中首次公开发布新技术的专利。
- 2、专利授权成功率，指某机构近三年公开的专利数量除以近三年授权的专利数量。
- 3、专利组合的全球性，指某机构拥有的四方专利数量。四方指中国国家知识产权局、欧洲专利局、日本特许厅、美国专利和商标局。
- 4、基于引用的专利影响力，指某机构近五年专利被他人引用次数（不包含自我引用）。

总结

综合比较上述三个排行榜，其共同点是：在通过专利数量数据来体现创新规模及活跃度的同时，更重要的是引入了技术影响、扩散性、原创性、全球性等专利质量类数据来体现创新的效益，由此真实可靠地反映了企业综合技术实力和创新能力。专利排行榜本身只是一种比较的手段，是一种衡量创新产出的标尺，其真正的力量在于凸显了创新是知识经济时代驱动发展的核心因素。以全球百强创新机构为例，上榜机构连续 3 年在各项指标上优于标准普尔 500 指数所涉及的企业：年股价增长高出 4%，按市值加权的销售额增长率高出 2%，新职位增长率高出 0.81%。处于浪潮之巅的这些上榜公司，正以客观详实的数据向社会演绎创新驱动发展的现实案例。



史上最完整的 专利信息数据库网址大全

国内篇：

1. 国家知识产权局专利公布公告系统：<http://epub.sipo.gov.cn/>，全新改版上线，越来越不错了。
2. 国家知识产权局专利信息公众服务系统：<http://www.pss-system.gov.cn/sipopublicsearch/portal/index.shtml>，不仅有中国专利，还收录了很多国家的专利。
3. 国家知识产权局专利查询系统：<http://cpquery.sipo.gov.cn/>，中国版的PAIR数据库，你懂的！<http://www.sipo.gov.cn/zljs/xxcx/>，还可以看看其他事务信息。
4. 国家知识产权局专利英文检索系统：http://211.157.104.77:8080/sipo_EN/search/tabSearch.do?method=init，英文检索，还有机器翻译。
5. 中国知识产权网 CNIPR：<http://search.cnipr.com/pages!advSearch.action>，知识产权出版社开发，1999年开始服务至今，全文检索很强大，现在越来越好用了。检索中国专利首选。
6. 十大重点产业专利信息服务平台：<http://www.chinaip.com.cn/>，其实数据不仅仅是重点产业的，CNIPR重点产业版。
7. 专利之星：<http://www.patentstar.cn/cprs2010/>，专利信息中心开发，前身是CPRS系统，上来就让注册。
8. 中国专利网：<http://www.cnpatent.com/search/zlss.asp>，中国专利技术开发公司开发，内容有点综合，关注专利转让交易的人可以多看看。
9. SOOPAT：<http://www.soopat.com/> 这个不用说了。以前很喜欢。
10. Patentics：<http://www.patentics.com/>，语义搜索技术发挥到了一定水平，也许是中国最个性最超前的系统，看是不是你的Style了。
11. INCOPAT：<http://www.incopat.com/login/tologin.action>，来自合享新创，确实是新创的产品，最近比较火，中国高端专利信息数据库的开端，值得拭目以待。
12. 孔明网：<http://www.deepat.net/>，东方灵盾开发的新产品，还有化学结构检索，市场宣传的比较少，需要注册。
13. 佰腾：<http://so.baiten.cn/>，常州佰腾的产品，也是越来越不错的检索系统。
14. 天弓：<http://www.sharepat.cn/patent/app/welcome>，苏州公司，和中国专利信息中心合作的产品。需要注册。
15. 广东省专利信息服务平台：<http://www.gdzt.gov.cn/>，有不少专题数据库。
16. 上海市知识产权信息服务平台：<http://www.shanghaiip.cn/Search/login.do>，可以建设企业专题库。
17. 江苏省中外专利检索与分析平台：<http://58.213.145.74:8080/cniprBZ/index.htm>，同样，有很多专题数据库。
18. 北京市知识产权公共信息平台：<http://www.beijingip.cn/search/login.dhtml?subjectCode=1>，不多说了，可以用用试试。
19. 中国知网：<http://epub.cnki.net/KNS/brief/result.aspx?dbPrefix=SCOD>，专利数据无处不在。
20. 万方数据：<http://librarian.wanfangdata.com.cn/default.aspx?dbid=Paper>，多乎哉，不多已。

21. 超星独秀: <http://www.duxiu.com/?channel=searchPatent>, 只有中国专利。
22. 百度专利: <http://zhuanli.baidu.com/>, 只想说, 百度对待专利没有谷歌认真。
23. 药物在线: <http://www.drugfuture.com/Index.html>, 免费下载中美欧专利, 药学必备。

国外篇:

1. 美国专利商标局: <http://www.uspto.gov/patents/process/search/index.jsp>, 个人以为是最贴心的免费专利数据库, 网站有很多内容滴。
2. 欧洲专利局: <http://ep.espacenet.com>, 收录国家和地区最多的免费数据库了, 有数十个国家语言入口, 欧洲统治世界的唯一表现。
3. Patentscope: <http://www.wipo.int/patentscope/en/>, 世界知识产权组织的检索系统, 查询 PCT 最好的地方, 还有很多国家的数据。
4. 日本知识产权数字图书馆: http://www.ipdl.inpit.go.jp/homepg_e.ipdl, 日本人免费的数据库一定是世界上最抠门的数据库, 不过很细致, 有英文机器翻译。
5. 韩国 KIPRIS 系统: <http://www.kipris.or.kr/enghome/main.jsp>, 韩国的专利检索系统做的不错, 比较国际化, 不过机器翻译收费。
6. THOMSONINNOVATION: <http://www.thomsoninnovate.org/>, 据说牛逼度和价格一样高, 不错的数据库。
7. Questel: <http://www.questel.orbit.com/index.php/en/>, 编者一直没机会用过, 收费的, 同族数据处理是特色之一。
8. Totalpatent: <https://www.lexisnexis.com/totalpatent>, 文如其名, 收录专利全文文本最多的数据库。
9. Patbase: <http://www.patbase.com/login.asp>, 这个编者比较喜欢, 下载比较方便的, 注意, 也收费。
10. WIPS: <http://www.wipsglobal.com/service/mai/main.wips>, 韩国的专利检索系统, 还可以。
11. 智慧芽: <http://cn.patsnap.com/>, 新加坡的, 比较好用, 数据没什么特色。
12. DELPHION: <http://www.delphion.com/>, 原创是 IBM, 美国专利免费, 其实比较实惠的收费系统。
13. DIALOG: <http://search.proquest.com/professional/>, 这家公司被卖了很多次, 系统还是高端的, 收费的, 很贵。
14. 免费专利在线: <http://www.freepatentsonline.com/>, 免费的, 还不错, 一般应用满足。
15. 谷歌专利: <http://www.google.com/patents>, 个人以为, 未来谷歌做专利检索, 大家都别玩了。需要关注一下, 中国专利也有了。
16. INSPEC: <http://www.theiet.org/resources/inspec/>, 物理工程领域的专业检索工具。
17. IP.com: <http://ip.com/publish/prior-art-database.html>, 防卫性公告最好的系统。
18. JP-net: <http://www.jpds.co.jp/english/jpnete.html>, 不懂日文, 想花钱检索日本专利的可以试试。毕竟所有的系统, 花钱和不花钱是不一样的。
19. STN: 检索化学领域专利的利器, 没钱就算了。
20. Sciencefinder: 同上。
21. Pubmed: 这个绝对是最好的选择, 仔细找找, 惊喜不断。
22. MICROPATENT: <http://www.micropat.com/static/index.htm>, 收费, 可以不用。不过是专利地形图的发源地。
23. Patseer: <http://patseer.com/>, 不知名不代表不够高大上, 其实是个不错的产品。
24. Patanalyst: <http://www.patanalyst.com/>, 法国的产品, 上市前编者不小心就见到过, 没啥特点。
25. Patentanalysis: <http://www.patentanalysis.com/>, 新西兰全文检索系统。

26. Patentlens: <http://www.lens.org/lens/>, 比尔盖茨的基金会搞得系统, 注意, 基金会意味着全部免费哦, 发现从全球视野来看, 知识产权需要扶贫!
27. Sumobrain: <http://www.sumobrain.com/>, 收录美、欧、日和PCT专利, 难道其他国家的人都没有脑子?
28. Surechem: <http://www.surechem.org/>, 检索专利化学结构不错。
29. 阿尔巴尼亚检索系统: <http://www.alpto.gov.al/>, 可以看基本著录项信息, 没有全文, 不能下载。
30. 阿尔及利亚检索系统: <http://www.inapi.org>, 需要用户名。
31. 亚美尼亚检索系统: <http://www.aipa.am/>, 能看著录项, 能下载全文和首页。
32. 格鲁吉亚检索系统: <http://www.sakpatenti.org.ge>, 2008年至今。
33. 德国检索系统: <http://www.dpma.de/>, 有英文检索入口, 检索结果显示著录项信息和摘要。
34. 希腊检索系统: <http://www.obi.gr/obi/Default.aspx?tabid=71&>, 最多显示200条, 只显示题目和法律状态, 全部是希伯来语, 2007年1月申请量61条。
35. 危地马拉检索系统: <https://www.rpi.gob.gt/>, 显示著录项信息、摘要, 可下载PDF版全文。
36. 洪都拉斯检索系统: <http://www.digepih.webs.com>, 有公报, 只能查看, 周更新, 文摘型。
37. 匈牙利检索系统: <http://www.hipo.gov.hu>, 可以查看基本著录项, 可以查看摘要, 没有全文。
38. 冰岛检索系统: <http://www.patent.is>, 没有发明专利的检索, 只有外观专利可检索。
39. 印度检索系统: <http://www.ipindia.nic.in>, 显示基本著录项信息, 可以看pdf格式的说明书全文等。
40. 印尼检索系统: <http://www.dgip.go.id/statistik-djhki>, 有高级检索和简单检索, 但是没有通配符, 无法检全库数据, 每两周周二更新数据。
41. 爱尔兰检索系统: http://www.patentsoffice.ie/en/publications_download.aspx, 显示著录项, 没有全文。
42. 以色列检索系统: <http://www.patent.justice.gov.il/MojHeb/RashamHaPtentim>, 只显示题目和法律状态。
43. 意大利检索系统: http://www.uibm.gov.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1002119&idareal=0&tipoVisualizzazione=S&mostracorrelati=&partebassaType=2&showCat=0&idmenu=10409&ordimento=&idarticolo=1002119&menuMainType=menuBrevetti。
44. 哈萨克斯坦检索系统: <http://www.kazpatent.kz>, 最多显示500项, 不能显示全库数目。
45. 肯尼亚检索系统: <http://www.kipi.go.ke/index.php/past-ip-journals>, 显示基本著录项、文摘, 无全文。
46. 科威特检索系统: <http://www.gccpo.org>, 可以点击查看文摘型, 可以在网上直接查看, 也可以下载pdf文件。
47. 拉脱维亚检索系统: <http://www.lrpv.gov.lv/lv>, 收录1973年至2010年专利, 可免费查看摘要, 无全文阿拉伯语。
48. 立陶宛检索系统: <http://www.vpb.lt>, 无法查全库数据, 显示著录项信息、摘要, 可下载PDF版全文。
49. 卢森堡检索系统: <http://www.eco.public.lu/>, 搜索全文专利。
50. 马来西亚检索系统: <https://iponline.myipo.gov.my/ipo/main/search.cfm>, 显示著录项信息及法律状态, 无法看摘要及全文。
51. 马耳他检索系统: <https://secure2.gov.mt/IP0/default.aspx?ct=1>, 显示著录项信息、摘要、可下载pdf版本全文, 西班牙语。
52. 蒙古检索系统: <http://www.ipom.mn>。
53. 摩洛哥检索系统: http://www.ompic.org.ma/index_en.htm, 收录1955至今专利共计15804条, 最多

只能显示 200 条，显示基本著录项，安装插件才能看 tiff 全文。

54. 荷兰检索系统：<http://www.agentschapnl.nl/en/node/108069>，有数据库，分为申请库和授权库，无法查全库数据、样例数据，可以查看基本著录项，无全文提供。

55. 新西兰检索系统：<http://www.iponz.govt.nz>，最多显示 2000 条，样例数据查询可以看基本著录项，有 pdf 全文，英文，可下载，著录项可以生成 pdf。

56. 挪威检索系统：<http://www.patentstyret.no/>，可以查看基本著录项，可以查看法律状态引文，同族链接欧专局，信息量很全，没有全文。

57. 澳大利亚检索系统：<http://www.ipaustralia.gov.au>。

58. 奥地利检索系统：<http://www.patentamt.at/>，需要账户注册。

59. 阿塞拜疆检索系统：<http://www.azstand.gov.az/>，有检索入口，但是只能用登记号查询。

60. 巴林检索系统：<http://www.moic.gov.bh/moic/en/>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

61. 白俄罗斯检索系统：<http://www.belgopatent.org.by/>，无法检全库数据。

62. 比利时检索系统：<http://economie.fgov.be/opri-die.jsp>，没有发明专利的检索，只有外观专利可检索。

63. 伯利兹检索系统：<http://www.belipo.bz/>，有检索请求入口，但是需要登录。

64. 阿曼检索系统：<http://www.mocioman.gov.om/>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

65. 巴基斯坦检索系统：<http://www.ipo.gov.pk/>，检索网站待开通。

66. 菲律宾检索系统：<http://www.ipophil.gov.ph/index.php>，显示基本著录项信息，可以看 pdf 格式的说明书全文等。

67. 波兰检索系统：<http://www.uprp.pl/strona-glowna/Menu01,9,0,index,pl/>，有高级检索和简单检索，但是没有通配符，无法检全库数据。

68. 葡萄牙检索系统：<http://www.marcaspatentesNaN/index.php?section=80>，只有号码、申请人、名称和摘要入口检索，无法查全库数据，无法进行数据比对。

69. 卡塔尔检索系统：<http://www.gccpo.org>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

70. 摩尔多瓦共和国检索系统：<http://agepi.gov.md/md/>，概览可以看到基本著录项，细览页面可以看 pdf 全文，著录项可以免费下载，只能精确检索，无法比对。

71. 罗马尼亚检索系统：<http://www.osim.ro>，没有日期入口，无法检全库数据，显示基本著录项信息，pdf 全文，不能下载。

72. 俄罗斯联邦检索系统：http://www.rupto.ru/en_site/index_en.htm，有很多数据库，但是没有检索入口。

73. 卢旺达检索系统：<http://org.rdb.rw/>，需要用户名，但实际页面无法打开。

74. 沙特阿拉伯检索系统：<http://www.gccpo.org>，有授权专利检索，可查范围 1998 年至今，显示著录项信息，基本可下载 pdf 版全文，阿拉伯语（海湾阿拉伯国家合作委员会专利局）。

75. 瑞典检索系统：<http://www.prv.se/>。

76. 瑞士检索系统：<https://www.ige.ch/>，显示基本著录项及法律状态，没有全文；

77. 阿拉伯叙利亚共和国检索系统：<http://www.spo.gov.sy/en/>，阿拉伯界面，用日期和分类号都不能获得检索结果。

78. 巴西检索系统：<http://www.inpi.gov.br>，只有号码、申请及公开日期、发明人、分类号入口检索，

无法查全库数据, 显示著录项信息, 可下载 PDF 全文。

79. 加拿大检索系统: <http://www.cipo.ic.gc.ca>, 可以查看基本著录项、全文等, 细览信息比较全。
80. 智利检索系统: <http://www.inapi.cl/>, 最多显示 500 项, 不能显示全库数目, 查询结果中显示著录项信息, 无法查看及下载全文。
81. 哥伦比亚检索系统: <http://www.sic.gov.co/es/banco-patentes>, 显示基本著录项、文摘, 无全文。
82. 克罗地亚检索系统: <http://www.dziv.hr/>, 只有号码、申请及公开日期、发明人、分类号入口检索。
83. 古巴检索系统: <http://www.ocpi.cu>。
84. 捷克共和国检索系统: <http://www.upv.cz>, 包含自 1991 年以来的捷克专利, 显示著录项信息, 可下载全文。
85. 丹麦检索系统: <http://www.dkpto.org>, 概览可看到著录项信息, 无法看全文, 不支持模糊检索。
86. 埃及检索系统: <http://www.egypt.gov.eg/Search.aspx>, 收录 1973 年至 2010 年专利, 可免费查看摘要, 无全文, 阿拉伯语。
87. 爱沙尼亚检索系统: <http://www.epa.ee>, 显示著录项信息、摘要, 无法看全文。
88. 法国检索系统: <http://www.inpi.fr>, 收录 1989 年至今的法国专利, 无法查全库数据, 法语, 显示著录项信息和法律状态。
89. 泰国检索系统: <http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?lang=en>, 摘要型, tiff 格式, 无全文, 泰文。
90. 前南斯拉夫的马其顿共和国检索系统: <http://www.ippo.gov.mk>, 显示基本著录项, 没有全文。
91. 突尼斯检索系统: <http://www.innorpi.tn/>, 显示基本著录项, 无法查全库。
92. 土耳其检索系统: <http://www.turkpatent.gov.tr/>, 无法查全库数据, 显示著录项信息, 无法看全文。
93. 乌克兰检索系统: <http://www.sips.gov.ua/en/index.html>, 可以进行检索, 无法查全库, 可以看基本著录项和摘要数据, 可以看 pdf 说明书全文, 俄语, 没有下载接口。
94. 阿拉伯联合酋长国检索系统: <http://www.gccpo.org>, 有授权专利检索, 可查范围 1998 年至今, 显示著录项信息, 基本可下载 pdf 版全文, 阿拉伯语 (海湾阿拉伯国家合作委员会专利局)。
95. 英国检索系统: <http://www.ipo.gov.uk>, 显示著录项信息、摘要, 可下载全文。
96. 越南检索系统: <http://www.noip.gov.vn>, 显示著录项信息、法律状态、无法查看全文。
97. 新加坡检索系统: <http://www.ipos.gov.sg/>, 基本著录项目、法律状态、说明书全文、摘要, 说明书全文可下载图像格式。
98. 斯洛伐克检索系统: <http://www.upv.sk>, 显示著录项信息及法律状态, 无法看摘要及全文。
99. 斯洛文尼亚检索系统: <http://www.uil-sipo.si/>, 可下载全文。
100. 南非检索系统: <http://www.cipc.co.za/>, 只能看到专利号、申请日期、授权日期和专利名称。
101. 西班牙检索系统: <http://www.oepm.es>, 无法查全库数据, 显示著录项信息、摘要、可下载 pdf 版本全文, 西班牙语。

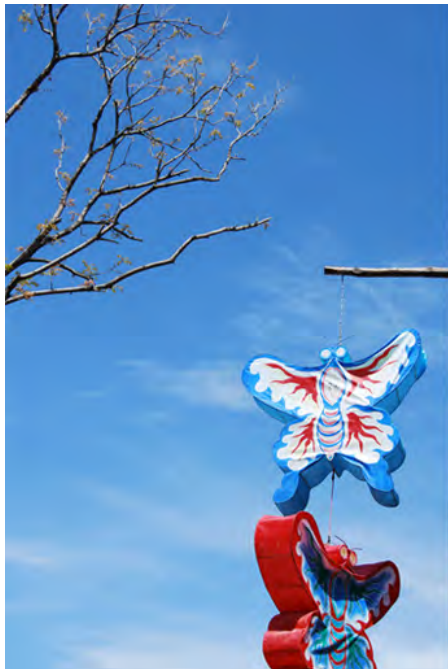
品源俱乐部阳光踏青行动圆满结束

春不语却能催醒百花，花不语却能醉人心田。4月25日周六上午品源俱乐部的小伙伴们开启阳光踏青行动，前往京城最北的塞上江南——古北水镇，一起感受春天的气息。古北水镇位于北京密云县古北口镇，背靠中国最美、最险的司马台长城，坐拥鸳鸯湖水库，是京郊罕见的山水城结合的自然古村落。

经过两个多小时的车程到达司马新村，享用过午餐后开启我们今天的古城之旅；古镇建造和装修风格和杭州的乌镇相似，应了“南有乌镇北有水镇”这句话，在北京也能感受到了江南水乡的味道，古香古色特色小店也很受欢迎！俱乐部的小伙伴们在这里开启了自拍模式，一张张笑脸一阵阵欢笑在这古朴、典雅的水镇里形成一道亮丽的风景线！

穿过幽静、清凉的水镇我们开始向司马台长城发起挑战！陡然而立的司马台长城激发出品源人的坚韧，相互的鼓励、扶持、向最高峰出发！经过一个多小时的努力品源人驻足最高处，一览众山小的美景尽收眼底！

踏青活动不仅让大家的心情得到了放松，缓解了平日工作的压力，在增进彼此感情交流的同时，也增进了整体的凝聚力。我们带着些许疲惫，伴着落日的余晖，愉快返程……



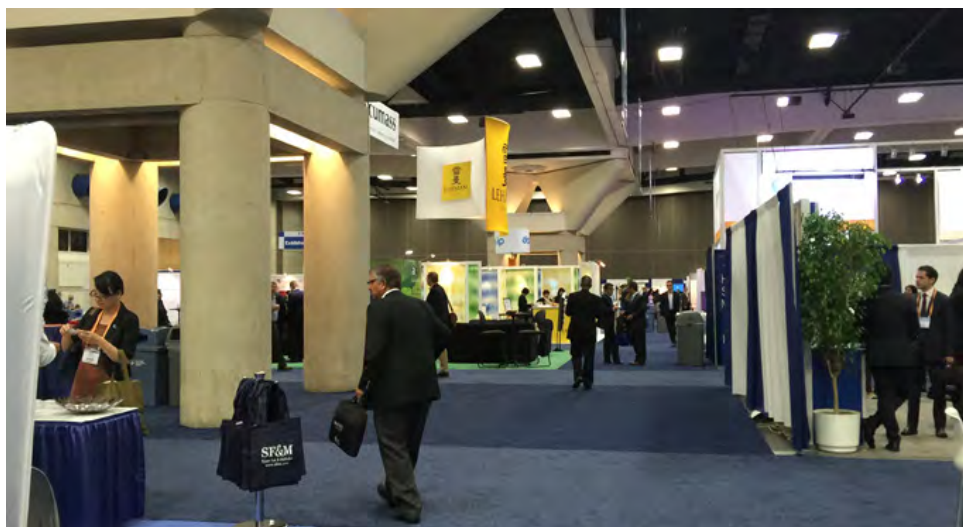


品源知识产权参加国际商标协会 第 137 届年会

近日，品源参加国际商标协会第 137 届年会。此次会议在美国圣地亚哥隆重举办，吸引了来自全球 150 多个国家和地区的 9800 多位商标持有人、知识产权律师及商标领域专业人士。

国际商标协会是一个由商标持有人和商标领域专业人士组成的国际性团体，是当今世界上最大的商标品牌组织，其一年一度举行的年会已经成为目前全球最盛大和最具活力的商标会议，对全球商标领域的促进与发展有着非常重要的意义和作用。本届年会为期 5 天，分为教育会议、品牌战略会议和商业发展机会三部分，参会者将通过委员会会议、研讨会、讲座、展览等方式实现商业、培训、网络方面的需求。

品源知识产权纽约办事处代表殷博士以及北京总部高级合伙人杨总、尹老师参加此次会议，与会期间，代表们与来自美国、德国、日本、西班牙等国家的知识产权专业人士就中国商标发展现状、国际企业在华商标发展战略、国际商标注册事务等话题进行了深入的探讨，同时也向在场代表分享了品源集团近年来在国内商标行业及境外商标注册取得的一些成绩和经验，与各国代表建立了广泛友好的业务联系。品源集团充分利用 INTA 提供的交流平台，加强与世界各国同仁的沟通，探讨当前热点话题和商标发展趋势，寻求广泛的合作，为国内外企业提供更便利、更高质量的服务。



品源专利工程师培训开班仪式圆满结束

近日，品源 2015 专利工程师入职培训开班仪式正式启动，本次培训以专利申请为主题，品源邀请专业讲师为大家讲座。老师从专利基础知识入手，介绍了专利申请的流程以及如何准备一份高质量的专利申请文件等专业知识，老师的授课内容丰富、深入浅出、实用性强，深受学员欢迎。

通过此次培训班，进一步提高和增强学员专利管理、专利服务的工作素质。不仅工作中遇到的难题得到了解答，还提高了学员日常专利撰写工作的逻辑性和策略性。提供了一个提高的机会、注入新的学习动力，带来最新最实用的专利知识，更好地为学员们搭建了一个学习的平台。



品源六一儿童节“晒萌大会”圆满结束

六月，细雨飘飞的季节，百花芳香的季节，情谊浓浓的季节！以儿童节开启了新的月份。为了迎接“六一”儿童节的到来，品源特此为宝贝们举办“晒萌大会”！还为宝贝们精心准备了节日礼物！

宝爸宝妈们提供了自家宝贝的萌照，在前台的显示屏播放，忙碌的工作气氛中，路过显示屏的同事都会被萌照吸引住，停下脚步微笑着欣赏萌娃们的“精彩展示”！天真烂漫的萌娃给我们的工作带来了轻松愉快的心情，也让我们多了一份童趣！每一位辛苦付出的品源人也收到了品源精心准备的儿童节特殊小礼物！

你是否回忆起自己的童年呢？那些离我们渐渐远去的童年的记忆，都被深深的打上了时代的烙印，永远的定格在了我们的记忆中，在这个热情似火的六月，就让我们也随我们的孩子们，重温一下我们那难忘的童年时光吧。

祝品源“大小盆友”六一快乐！



品源深圳分公司“员工生日庆祝会” 圆满结束

为感谢员工辛勤的付出和努力，丰富员工业余文化生活，让员工更好地感受到公司的企业文化，增强员工的归属感与集体荣誉感，品源深圳办特开展员工生日会，在表达祝贺的同时，同事们一起度过了一个有特别意义的生日。

6月1日，深圳办会议室举行了“1-6月生日会”。14名寿星员工及全体同事参加了聚会。生日会当天恰逢一年一度的“六一儿童节”，也专门为品源的小朋友们准备了属于宝贝们的“六一”礼物。

下午5点，会议室早已被缤纷的彩色气球点缀得喜气洋洋，当“祝你生日快乐……”这首熟悉而美妙的旋律响起，生日会随即开始，罗敏老师代表深圳分公司为1-6月的寿星送上了生日礼物和写有全体同事祝福的生日贺卡并对他们致以诚挚的问候，同时还表达了公司对其工作的肯定与赞赏。

寿星们在自己生日之际，也表达了对未来自己的期待和祝福；紧接着，大家围在寿星旁，给蛋糕点上蜡烛，大家齐唱生日歌，寿星们闭着双眼，许下了生日愿望。寿星代表一起执手切开生日蛋糕，现场气氛再次被推向高潮。现场欢呼声和掌声包围了整个会议室，活动进行接近尾声，大家为他们送上最真挚的祝福。

活动在温馨的氛围中结束了，此次生日会是深圳分公司本年度第一次员工活动，这样的生日庆祝会为公司员工提供了一个交流互动的平台，也会即将在这个月开始的“周五趣味赛”系列活动做了准备。不仅丰富了员工的业余生活，更拉近了每位员工之间的距离，增进了部门同事之间的交流与感情。希望每一位员工，都能在尽快的融入这样的集体中，感受到团结向上的气氛，快乐地工作。



品源卓越课堂

——《有效沟通，激活你的团队！》

集团化公司得以顺利运行是依靠管理对各种资源的合理分配，而这些资源中最重要的就是人才，“信赖意味着责任”，人才之间的无缝沟通才是圆满完成客户委托的有力保障。品源本期卓越课堂就以《有效沟通，激活你的团队》作为主题，品源合伙人和各部门经理、副经理均参加了此次课程。

本次课程由品源高级培训讲师霍老师主持，课程设为三大板块：团队建设、沟通游戏和主题讲座。第一阶段，学员们了解团队建设的规则后认真思考创意不断，三个团队分别展示团队名称及口号，掌声、笑声使得本次培训气氛轻松又活跃。第二阶段，进行“国王与天使”的沟通游戏。每位学员将完成一项温暖而又有创意的课程任务——给自己的国王写信。通过团队建设和沟通游戏之后，学员们之间多了很多默契。第三阶段，播放《有效沟通——沟通的主轴思想》的讲座，通过讲座，学员们学习到沟通的基本问题、沟通的基本原则、沟通的基本要求等内容，了解到沟通在集团化公司运营过程中的作用，并学习到一些沟通的技巧与方法。培训结束后，霍老师还与现场学员进行了互动问答，大家感到培训内容既有理论高度又很有实用价值，今后一定要将所学的内容运用于实际工作中。

通过本次课程，学员们懂得了管理者的管理核心是“用心沟通”，深入理解了“优秀的企业必须是团队优秀”的团队建设理念，同时还让大家明白了“观念、情绪、行动、结果”这四者在工作中的相互作用与关系。





品源上苏联谊“崇明岛之行”圆满结束

5月30～31日，品源苏州办联谊上海办经历美妙的“崇明之旅”。

崇明岛是我国仅次于台湾岛、海南岛的第三大岛屿，是有名的鱼米之乡。由于开通了到长江隧道，所以现在由上海市区来去崇明十分便捷。

车驶至西来农庄，小伙伴们品尝了舌尖上的鱼虾，摇身一变成为“吃货”，美其名曰：光盘大侠。饱餐之后，伙伴们来到西沙湿地公园，欣赏湿地独特的风景。茂盛的芦苇，逗趣的小螃蟹，激发了大家的童心，提前过起了“六一”儿童节。

一天的行程告一段落，但是好戏刚刚开始。品源好声音上演“上苏对决”，小伙伴们纷纷使出绝技，比赛如火如荼。观众们呐喊助威，评委们连连转身，竖起拇指，大声的喊出：I want you！最后上海办摘得桂冠。大家都按捺不住激动地心情，纷纷上台高歌一曲。比赛结束后，大家伴着清脆的蛙鸣进入了梦乡。

次日晨，空气清新，鸟鸣啾啾。我们来到了美丽的东平国家森林公园。离开了钢筋混凝土的包围，置身于参天大树之下，野花遍地之间。大家的心湖面般平静。“太阳这么大，啤酒和烧烤更配哟！”架起烤炉，放上鲜美的食物，大家在炎炎夏日里，一样展现出甜美的笑容。越是弥足珍贵的美味，外表看上去，往往越是平常无奇，辛苦劳作给全身心带来的幸福，从来也是如此。

时间如白驹过隙，两天的旅程也就此结束。幸福的时光虽然短暂，却是回味无穷。这是山的味道，风的味道，阳光的味道，也是时间的味道，人情的味道……



品源受邀参加 “2015中国企业知识产权战略论坛”

近日，品源受邀参加在北京远望楼举办的“2015中国企业知识产权战略论坛”，此次论坛主题为《知识产权助力企业走出去》，以大会主题演讲、专题发言、对话交流等形式，与相关政府部门、行业组织、企事业单位、服务机构等社会各界，共促企业知识产权能力提升，为构筑国际竞争合作的知识产权新优势提供支持。

品源团队参加此次论坛大会，对关于国外知识产权制度对企业走出去的影响、企业海外知识产权运营战略、企业走出去的品牌策略、海外专利申请策略、中国企业海外专利布局策略、企业海外知识产权申请策略等问题进行交流与讨论，结合所在企业的实践经验，进行精彩的分享，实现双方利益互赢，建立共同发展的战略合作伙伴关系。也增进了企业之间的了解，为开展海外知识产权与专利工作奠定了基础。

品源知识产权会在全球一体化的大格局下帮助企业家朋友们，更加从容地面对未来的机遇和挑战。同时能够为客户提供更加便捷、优质、高效的服务。



信賴意味着責任！



北京总部

地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 6 层，100036

邮箱：info@boip.com.cn; hr@boip.com.cn

电话：010-6337 7188 传真：010-6337 7018