

# 教你如何区分「商标变更」和「商标转让」？

文 / 徐霖

商标是一个企业最重要的无形资产之一，如果在经营活动中因为商标业务的问题而耽误了时间，那损失的不仅仅是时间成本，更是商标专用权带来的经济价值。

在注册申请人抱怨商标审查机关审查周期过长的背后，是否有自己走了弯路的原因呢？比如说应该办理商标转让的，而提出了商标变更申请，这样毫无疑问收到的只能是不予核准通知书。此种情况下不得不重新申请，无疑是浪费了宝贵的时间。因此，笔者想介绍一下商标变更注册人名义和商标转让的区别。

## 一、含义不同

商标变更是指商标注册人对其名义、地址、代理人、文件接收人或者指定商品等注册事项所作出的变更。变更注册人名义只是同一主体称谓发生改变，商标权利根本没有发生过转移。就好比说，一个人的名字叫张三，后来觉得不好听，去主管机关改了名字，叫张三丰。名字虽然改了，但是人还是这个人。

而商标转让则不同，商标转让是权利人根据自己的意志，按照一定的程序通过签订转让合同等方式，将自己享有的注册商标权转让给他人。商标转让或移转是在不同主体之间发生的商标权利转移，存在法定的权利分界时间，受让人自商标转让核准公告之日起享有商标专用权。转让是继受取得商标权的形式之一。与商标变更最明显的区别是：权利主体是俩人！不是一个人！在审查过程中，审查员经常发现有商标注册人或代理人因为当地主管机关出

具的是“变更证明”文件，就以办理变更还是办理转让一定要搞清楚是一个主体还是两个主体。

## 二、程序不同

根据《商标法实施条例》第三十条第一款，变更商标注册人名义、地址或者其他注册事项的，应当向商标局提交变更申请书。变更商标注册人名义的，还应当提交有关登记机关出具的变更证明文件。商标变更是由商标注册人一方提出，当商标局收到申请材料后，受理通知书也是发送给商标注册人一方。而《商标法》第四十二条第一款规定，转让人和受让人应当签订转让协议，并共同向商标局提出申请。受让人应当保证使用该注册商标的商品质量。可见，商标转让申请是由转让人和受让人双方共同提出，商标局发出的受理通知也是向转让人受让人双方同时发出。

《商标法实施条例》第三十条第二款，变更商标注册人名义或

者地址的，商标注册人应当将其全部注册商标一并变更；未一并变更的，由商标局通知其限期改正；期满未改正的，视为放弃变更申请，商标局应当书面通知申请人。《商标法》第四十二条第二款规定，转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让。对比法条，变更商标名义，需要将商标注册人名下的所有注册商标都要一并变更，否则会导致商标名义的混乱；而商标转让要求在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标必须一起转让，可见商标转让需要一并办理的商标可能是全部商标，也可能是部分商标，范围应该是小于等于商标变更的。

## 三、几种并非商标变更而是商标转让的特殊情形

《商标法实施条例》第三十二条第一款，注册商标专用权因转让

以外的继承等其他事由发生移转的，接受该注册商标专用权的当事人应当凭有关证明文件或者法律文书到商标局办理注册商标专用权移转手续。商标移转作为商标转让的特殊形式，因为发生的事由不同，所以在申请材料上也略有差别。除办理商标转让申请所必须的申请书和营业执照外，还须提供有关证明文件或法律文书，以证明移转人有权继受该商标权。常见的商标移转有：

#### 1. 因自然人死亡发生继承

根据《继承法》规定，商标权作为公民死亡时遗留的个人合法财产，是可以被继承的。自然人死亡后，其商标权由继承人单方办理移转手续。并且须提供自然人的死亡证明材料和移转人有权继承该商标权的经公证有效的遗嘱等证明材料。因转让人已经死亡，申请书转让人章戳签字栏可以留空。

#### 2. 个体工商户注销

个体工商户营业执照被注销的，个人经营的个人处份其商标权，因营业执照已经注销，须申请人提供营业执照注销证明文件及个人身份证复印件。

#### 3. 企业合并兼并

企业吸收合并由吸收方办理被吸收方企业的商标移转手续，即在A+B=A的合并模式中，由A公司来办理；新设合并由新设立企业办理所有合并方企业商标的移转手续，即在A+B=C的合并模式中，由C公司来办理。申请人须提供工商登记机关出具的被兼并企业的注销证明等材料。还需提供企业合并或兼并协议来体现商标权归属情况。

#### 4. 企业自主清算

企业清算组在清算期间行使的职权之一是清算公司财产，分别编制资产负债表和财产清单。商标权作为公司的无形资产，亦由清算组处分。移转申请材料须提供清算组同意转让的文件，并由清算组在申请书转让人章戳处盖章。另外还需提供证明清算组合法成立的文件。

#### 5. 企业改制

国有企业改制的，须出具国有资产管理部门的改制文件，集体所有制企业改制的须提供上级主管部门出具的文件，明确商标权归属。此外，还需提供工商登记机关的相关登记证明。

#### 6. 司法执行

根据《民事诉讼法》第二百五十一条规定，在执行中，需要办理有关财产权证照转移手续的，人民法院可以向有关单位发出协助执行通知书，有关单位必须办理。商标局作为协助执行单位，当法院对被执行人商标权采取强制过户时，商标局有法定配合义务。申请人须提供生效的法律文书，如法院的过户判决书、裁定书、民事调解书等原件，并结合出生效判决或者裁定的法院的协助执行通知书向商标局申请办理移转申请。

通过以上叙述，希望商标注册人能够清楚商标变更和商标转让的区别，根据自身的实际情况恰如其分的办理申请手续，少走了弯路节省了时间，不仅维护了自己的合法权益，更使商标专用权的经济价值得到了充分发挥。



# 商标受让套路深 “撤三” 风险是大坑

文 / 杨霖

《商标法》“激活商标资源、清理闲置商标”的立法精神，也是“撤销连续三年不使用注册商标”程序（简称“撤三”）的法律依据。

当前注册商标阻碍了在后申请商标的注册时，在后商标申请人通常都会对在先注册商标采取一定的措施以清除障碍。相对于无效程序严格的五年时限和在先权利证据要求，“撤三”程序无疑是更好的选择。在“撤三”程序中，申请人仅需提交形式上的“未使用证据”即可将证明责任转移给商标注册人。而商标注册人为了维持自己商标的注册，则需要提供充分的证据证明其在法定期限内，在指定商品/服务上真实的，公开的使用了该注册商标。无论是在商标局、商评委的行政程序中，还是在法院的行政诉讼程序中，对商标使用证据的要求可以说都是十分严格的，可以说稍有不慎，商标就会被成功“撤三”。

由于“撤三”程序既成本低廉，又极具效率，企业在受让注册商标应充分考虑商标可能存在的被“撤三”的风险，避免高价购买商标，又被撤销的“杯具”。

在第1313785号“良心 liangxin”商标“撤三”案中，和合谷公司于2009年11月3日从良心食品厂受让了涉案商标。2008年12月15日，景汇公司对涉案商标提出了“撤三”申请。2011年10月24日，商标局认为和合谷公司提供的商标使用证据无效，决定撤销涉案商标在“米、面粉、谷类制品、玉米粉”商品上的注册。和合谷公司不服商标局决定，向商评委申请复审，商评委仍维持了商标局的决定，涉案商标在“米、面粉、谷类制品、玉米粉”复审商品上的注册予以撤销。

和合谷公司不服撤销决定，诉至法院，其主张之一是“涉案商标系其从原注册人处有偿受让取得，对于其在指定期间是否有过实际使用并不知情，即便该商标在指定期间内确实存在连续三年停止使用的情况，也不应由复审商标现在的权利人，即和合谷公司来承担复审商标被撤销的法律责任……”，和合谷公司的另一项主张是“其在依法取得复审商标所有权之后，一直积极将其用于商业使用，不存在闲置和浪费商标资源的情况。”

然而，和合谷公司的主张并未得到法院的支持，其原因之一是在案证据不足以证明涉案商标“三年不使用”系不可归责于原商标注册人良心食品厂的任何原因，即原注册人没有“不使用”涉案商标的合理理由。原因之二是和合谷公司提交的其使用涉案商标的最早证据也仅为于2009年9月11日签订的《商标许可使用合同》，亦无证据显示和合谷公司在此期间为了将复审商标投入商业使用进行了任何准备。

在上述案例中，北京市一中院的释明值得关注：“注册商标在有效期内有偿转让的情形较为普遍，然而商标的受让人在与商标原注册人就转让该商标进行磋商时，往往较少注意到该商标的在先使用情况，商标原注册人通常亦不会主动披露。一旦该商标因原注册人连续三年怠于使用而被撤销，便会出现如本案中的和合谷公司有偿购入了具有一定被撤销风险的商标的情况。至于此种情形是否属于商标原权利人在转让商标时存在隐瞒重要事实的过错而影响商标转让合同的效力，则需个案判断，不属于本案的审理范围。在注册商标有偿转让时，商标原权利人应本着诚信原则将该商标的使用状况和效力状态如实告知，商标受让人亦应在磋商中主动查实上

述情况，否则，除非商标受让人能够证明商标原权利人存在明显过错，商标受让者只能自行承担由此带来的不利风险。”

对比另一起类似的案例，却有着相反的结果。在第 716753 号“大自然 NATURE 及图”商标撤三案中，比纳公司在 2010 年 5 月 27 日从原杭州磁带厂受让了涉案商标。而当时杭州磁带厂正处于清算阶段，并未使用涉案商标。2010 年 8 月 27 日，瑞俪公司对涉案商标提起了“撤三”。2011 年 12 月 26 日，商标局下发决定，撤销涉案商标，比纳公司不服商标局决定，向商评委申请复审，商评委仍维持了商标局的决定，涉案商标予以撤销。

比纳公司后诉至北京一中院，此案方得翻转，法院认定“在案证据足以证明原告在商业活动中对涉案商标进行了公开、合法、有效的使用，涉案商标不属于《商标法》第四十四条第（四）项规定连续 3 年停止使用、应由商标局责令限期改正或者撤销的情形”。在此案例中，涉案商标之所以得以维持，重要的一点是“原告在获得使用涉案商标的权利后，积极进行广告宣传，持续生产、销售涉案商标品牌产品，并不断扩大生产经营规模。据此，综合考虑涉案商标的原商标权人在上述期间存在未实际使用涉案商标的正当理由以及原告受让涉案商标后作出了实际使用的必要准备并随后积极使用的情况，本院认定在案证据足以证明原告在商业活动中对涉案商标进行了公开、合法、有效的使用……”。

可见，当企业在决定受让注册商标时，不仅应考虑该商标过去的使用状况，更应将受让的商标及时投入使用，避免因闲置商标而扩大被“撤三”的风险。





# 当企业上市遭遇商标侵权

## 顺丰“嘿客”被指侵权多议

文 / 王金华

据公开报道，国内快递行业龙头老大，顺丰控股借壳鼎泰新材已经获批，这意味着顺丰控股将在不久的将来登陆 A 股，如成功上市，媒体预测顺丰创始人王卫将成为继王健林、马云之后的中国第三大富豪。

然而就在上市前夕，顺丰“嘿客”却被指控商标侵权。四川成都一位尹先生向记者爆料称，顺丰使用的“嘿客”商标侵犯了其“嘿客”商标权利，正着手准备通过法律途径，要求裁定顺丰“嘿客”商标无效。

尹先生称早在 2003 年就申请了“黑客”商标，2005 年该商标正式注册，之后于 2014 年 6 月 18 日，申请了“嘿客”商标，并获得商标局授权。

2014 年，顺丰建立嘿客门店，全面抢滩 O2O 布局。不到 1 年时间，嘿客门店的数量就号称达到了 2000 多家。在嘿客门店开业前，顺丰分别于 2014 年 4 月 14 日、4 月 25 日申请了“嘿客”和带笑脸“嘿客”的商标。

尹先生称已委托律师为其商标维权，委托律师已向顺丰公司发送律师函，要求顺丰公司停止侵权，赔偿损失，下一步不排除诉讼的可能性。此外，他已向上海证券交易所提供了《关于顺丰控股（集团）有限公司侵犯尹先庆注册商标“嘿客”的情况说明》，并向商标局等有关部门反映情况。



目前，知识产权侵权在企业上市过程中的阻击作用越来越明显，不可否认有些企业正是因为知识产权问题而止步 IPO。此次顺丰“嘿客”被指控侵权，究竟是披着合法外衣的“碰瓷”，还是商标权利的正当行使？被控侵权对顺丰的杀伤力几何，能否阻碍顺丰的上市步伐？

品源王律师认为至少应该搞清楚以下几个问题。

#### 1、双方商标的基本情况与分析

根据尹先生自称，笔者检索到了其名下的“嘿客”商标，同时，也检索到了顺丰申请的 2 件“嘿客”商标，3 件商标具体信息对比如右图：

对比可知，顺丰公司的两件“嘿客”商标的申请时间要早于尹先庆商标的申请时间，商标的文字构成要素都是“嘿客”，所以商标之间构成相同近似商标毋庸置疑。虽然顺丰公司申请时间早于尹先庆，但是商标授权时间要晚于尹先庆，且顺丰公司的两件商标在“替他人推销”等服务项目上面部分驳回，只在部分项目上予以核准。而尹先庆申请的“嘿客”商标在“替他人推销”上面核准注册，出现此种情况，推断应该是和尹先庆之前申请的“嘿客”商标有关。

| 商标号      | 商标   | 申请时间       | 申请人 | 核准项目（第 35 类）  |
|----------|--|------------|-----|---|
| 14613586 | 嘿客   | 2014-06-18 | 尹先庆 | 广告宣传, 户外广告, 替他人采购 (替其他企业购买商品或服务), 替他人推销, 职业介绍所, 人事管理咨询, 人员招收。 |
| 14385967 | 嘿客   | 2014-04-15 | 顺丰  | 组织商业或广告交易会, 商业企业迁移, 计算机录入服务, 会计, 自动售货机出租。                     |
| 14459122 |  嘿客 | 2014-04-25 | 顺丰  | 组织商业或广告展览, 商业企业迁移, 计算机档案管理, 会计。                               |

（以上数据来源于中国商标网）

#### 2、顺丰公司能否以在先使用进行抗辩

根据百度百科介绍，以及相关网页查询显示，顺丰公司正式推出“嘿客”的时间是在 2014 年 5 月 18 日，顺丰公司商标申请时间要早于“嘿客”推出时间，“嘿客”推出时间要早于尹先庆的“嘿客”商标申请时间。

《商标法》第五十九条第三款规定：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该商标，但可以要求其附加适当区别标识。

我国商标制度保护实行的是“注册制”，而严格适用“注册制”很容易忽视对在先权利的保护，保护在先权利，又是商标法律制度中的一项重要原则。因此，2013 年新修改的商标法中，五十九条第三款从法律上对这种情形下的注册商标专用权人的权利做出了限制。

需要说明的是，适用此条款，顺丰公司需要证明在尹先庆商标申请日之前，即 2014 年 6 月 18 日之前，在先使用“嘿客”商标并且有一定影响。顺丰正式推出“嘿客”的时间是 2014 年 5 月 18 日，要想证明在一个月的时间内“嘿客”已经具有了一定影响，并非易事，需要看具体的证据情况。

### 3、服务项目是否相同或类似

根据尹先生自称，他认为，顺丰公司申请的两件“嘿客”商标不具有“替他人推销”这一服务项目，但“嘿客”门店却有这一服务内容。由此可见，尹先庆认为顺丰公司侵犯了其第35类的“嘿客”商标专用权，更具体讲，是认为侵犯了在“替他人推销”项目上的商标权。

这也是为什么笔者在第1个问题中对比的商标信息是第35类原因所在。

至此，问题又回到构成侵权的法律要件上来，顺丰公司“嘿客”提供的服务是否属于“替他人推销”，需要结合顺丰“嘿客”的具体运营模式，理论上对“替他人推销”的定义，以及司法实务中对“替他人推销”的认定，进行综合判断。

顺丰“嘿客”便利店，除可以提供快递物流业务、团购购物外，还具备话费充值，代买车票、机票，信用卡还款、交通罚款和水电费等各种服务。这些服务有些是直接向顺丰付款，有些是向商家付款，因此，“嘿客”具有“批发、零售”的功能，但又不全是批发零售服务。

对于何为“替他人推销”，实践中一直存在争议，主要分歧在于该服务内容是否应包括零售、批发服务，以及超市、商场提供的服务是否属于该类服务。

曾在中粮集团与北京寺库侵害商标权纠纷一案中，北京知识产权法院认为：“替他人推销”应是指帮助“他人”销售商品的行为，其既包括为销售者的具体销售行为提供单次的促销或推销的行为，亦包括对销售者日常销售行为提供常规

性服务的行为，但该服务并不包括经营者“自己”作为销售主体销售商品的行为。因零售、批发服务均是销售者以自己名义进行对外销售的行为，故其不属于“替他人推销”的服务范围。至于商场、超市的服务是否属于“替他人推销”，则需要作具体区分。如果商场、超市等自己作为销售主体对外销售商品，则该服务不属于“替他人推销”。但如果其仅是为销售者在其购物场所内的销售行为提供相应服务，则该行为属于替他人推销。

北知院之所以作此理解，主要基于以下考虑：在《类似商品和服务区分表》（简称《区分表》）中，“替他人推销”属于第35大类，而2002年第八版《分类表》中对于该大类商品有如下注释，“尤其不包括……其主要职能是销售商品的企业，即商业企业的活动”，这一说明意味着该类别中的任何服务均不包括零售及批发服务，“替他人推销”亦不例外。

虽然2007年第九版《区分表》中删去了这一说明，但这一删除仅仅意味着第35大类不再将零售、批发服务排除这一类别的注册内容之外，却并不意味着该类别中“替他人推销”这一服务内容应被理解为包括零售、批发服务。尤其在2013年后药品零售类服务引入第35类，且《分类表》中明确指出该类服务与“替他人推销”不构成类似服务的情况下，更应作此理解。

由此可见，确定“嘿客”是否属于“替他人推销”服务是一个重要争议焦点，服务商标并不像商品商标那样容易确定所使用的具体项

目，况且还是实践中争议非常大的“替他人推销”服务，因此，需要双方列举相关的证据证明自己的观点。

### 4、判定商标侵权应考虑的因素

商标侵权判定标准体现在2013年商标法第五十七条的第（一）项（未经许可在同种商品上使用相同商标）和第（二）项（未经许可在同种商品上使用近似商标，导致混淆的；在类似商品上使用相同或者近似商标，导致混淆的）。

但上述法律条文并不是孤立存在的，除了考虑上述“混淆”因素之外，在司法实践中，还需要考虑双方商标的使用情况、商标显著性高低，知名度大小，商品或服务是否类似、双方的主观恶意等多个因素。

因此，即便被指控侵权，顺丰切不可自乱阵脚，沉着应对并寻找反击机会，从而为谈判增加筹码为上策，诉讼从来都不是解决问题的最佳方式，而是借助法律手段来实现自己的特定目的。

如今知识产权已经越来越受到企业的重视，竞争靠知识产权，已成为企业的共识。也正如此，拟上市企业的知识产权问题一直是各方关注的焦点，企业在上市之前应该对自身的知识产权做好尽职调查，及时发现相应的风险并提前寻找措施降低法律风险，使知识产权为企业上市起到增值服务，而不是成为企业上市的拦路虎。

# 商标侵权的认定及法律责任

文 / 佚名

## 一、商标侵权行为的种类

《中华人民共和国商标法》第五十二条，规定了五种侵犯注册商标专用权：

1、经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的。该条又可分成四种商标侵权的形式：

a、被控侵权的商标与注册商标相同，被控侵权商标所使用的商品与该注册商标所核定使用的商品也属于同一种类。

b、被控侵权的商标与注册商标相同，被控侵权商标所使用的商品与该注册商标所核定使用的商品类似。

c、被控侵权的商标与注册商标近似，被控侵权商标所使用的商品与该注册商标所核定使用的商品属于同一种类。

d、被控侵权的商标与注册商标近似，被控侵权商标所使用的商品与该注册商标所核定使用的商品相类似。

2、销售侵犯注册商标专用权的商品的；

3、擅自制造他人注册商标标识或者销售 α 造、擅自制造的注

册商标标识的；

4、经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的。这种行为又称之为“反向假 e”。

5、给他人的注册商标专用权造成其他损害的。《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》第一条规定：下列行为属于商标法第五十二条第（五）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为：

（1）将与他人注册商标相同或者相近似的文字作为企业的字号在相同或者类似商品上突出使用，容易使相关公众产生误认的；

（2）复制、摹仿、翻译他人注册的驰名商标或其主要部分在不相同或者不相类似商品上作为商标使用，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的；

（3）将与他人注册商标相同或者相近似的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的。

## 二、认定商标侵权的重点、难点

（一）撤销之前的注册商标均应受到保护

商标专用权是通过注册产生的，其间经过了法定的程序和严格的审查，因此，商标专用权确立后，就应当在法律范 X 内予以保护，即使是认为注册不当的商标，在撤销之前，也应如此。按照《商标法实施条例》第三十六条的规定，撤销注册商标的决定或裁定，对在撤销前工商行政管理机关做出并已执行的商标侵权案件的处理决定，不具有溯及力。注册商标有效期满后，在法律规定的 6 个月宽展期内，如果原注册商标所有人仍 δ 提出续展申请，或续展申请被驳回的，他人在此期间使用与该商标相同或者近似的商标，不构成商标侵权；如果原注册商标所有人提出续展申请且被核准，他人在此期间内使用与该商标相同或者近似的商标，构成商标侵权行为。

### （二）准确认定近似商标

近似商标或标识的认定，是商标侵权判定不可或缺的重要环节。只有同时具备“商标或标识构成近似”和“在同一或类似商品上使用”两个条件，侵权才能成立。<sup>3</sup> 近似商标与相同商标有所不同，在视觉上虽有一定差异，但在其他方面如发音、含义等方面与注册商标近似，



并足以造成消费者的误认或混淆。考察两个商标是否属近似商标，一般应从以下几个方面考虑：

1、商标外观。即对两个商标的文字、图形或其组合的视觉形象从普通消费者的角度进行观察，看是否能引起误认或混淆。如江苏某公司使用的“HOVER”图形商标与英国某公司的已注册的图形商标“HOOVER”仅一个字母之差，视觉类似，加上发音基本相同，足以造成消费者误认，应认定为近似商标。再如天津某公司使用的“SAFINO”与法国某公司在先注册的“SANOFI”商标字母完全相同，仅最后4个字母排列顺序稍有不同，但两商标在文字整体结构和读音上十分近似，极易使消费者误认，因此构成了使用在类似商品上的近似商标。

2、商标读音。从人们的听觉出发，判断两商标是否因读音近似而导致混淆。如江苏某公司以“夏奈尔（SUNNER）”作为商标，虽与法国“CHANEL”（中文译音“夏内尔”）含义不同，英文字母也不相类似，但因读音近似，尤其是在汉语语言环境中使用，构成近似商标。再如“今日”和“金日”等。

3、商标含义。分析两个商标是否含义相同或近似并导致消费者对商品来源产生混淆。如“BLUESKY”与“蓝天”，中文含义一样，很容易使人误解生产厂商与特定商品之间的关系，误认为标注“蓝天”的商品系“BLUESKY”的系列产品。



# 如何用专利将电子垃圾变废为宝？

文 / 李俊霖

日前，有消息称，2020年东京奥运会期间，日本将从本土电子垃圾中提取金、银、铜等金属材料，制作奥运会奖牌，从而更好地节约能源。

随着全球科技的迅猛发展，电子产品的更新迭代速度越来越快，导致大量电子垃圾产生，不仅污染环境，还给人们的身体健康带来极大危害。相关报告显示，未来几年全球每年产生的电子垃圾量预计将增加约1/3，2017年，预计超过6000万吨。

为了有效治理电子垃圾带来的危害，我国加大了该领域技术的研发力度，通过传统与现代技术相结合，从废弃电子产品中提取金属、贵金属、稀土等，不仅降低了对环境的危害，还节约了大量宝贵资源。有专家表示，目前虽然我国在电子垃圾处理技术上的专利申请量居全球前列，但与发达国家相比，我国在该领域的技术创新能力及专利布局上还存在一定差距。未来，我国还需加强政策引导，不断加大技术创新力度，完善电子垃圾全产业链发展，从而更好地将电子垃圾变废为宝，为可持续发展添能加力。

## 1. 依靠技术——循环利用

随着信息产业的快速发展，电子产品更新换代的周期不断缩短，废旧电子产品数量大幅增加，全球电子垃圾污染状况日趋严重。发达国家电子垃圾的大量涌入，也使中国成为了全球第二大电子垃圾污染国。面对日益严峻的态势，电子垃圾处理及回收再利用成为各国关注的焦点。

据了解，电子垃圾是指已经报废的各类家用电器和电子设备。目前电子垃圾主要分为两大类：一类是所含材料比较简单、对人体健康和环境危害较轻的废旧电子产品，如拆解较容易的电冰箱、洗衣机、空调机等家用电器；另一类是材质较为复杂，对人体健康及环境危害较大的废旧电子产品，如计算机、手机等。体积较大、含有较多贵金属材质及污染性物质是电子垃圾的显著特点。

这些废弃的家用电器和移动设备所形成的电子垃圾，如果处理不当，会对人类生存环境和健康造成极大的危害。“电子垃圾处理不当会产生大量有毒有害物质，如镉、铬、铅、砷、汞等重金属与有毒元素，这些不仅会造成土壤污染，如果随水流渗入地下，还会影响水体。”中国节能环保集团总工程师兼集团工程技术研究院院长邹结富表示，电子垃圾中的有机物经过焚烧，除产生大量温室气体外，还会释放大量有害气体，如二噁英等。

虽然电子垃圾中有很多有毒有害物质，但如果处理得当则会变废为宝。改革开放后，我国对电子垃圾的处理问题高度重视，电子垃圾处理技术也逐渐从过去的粗放式发展向当今减量化、无害化、资源化的方向转变。

“减量化就是通过拆解大件电子垃圾，使其减少所占空间。无害化是在焚烧、熔炼电子垃圾中，通过工艺控制，保证垃圾里的有害成分不被释放，实现清洁生产。资源化就是对电子垃圾的有效成分进行分拣、提炼，实现有价值资源的再次回收和利用，如铜、铝、铁、锡、废塑料，以及金、银、钯、铑等稀贵金属等。”邹结富表示。

要实现电子垃圾变废为宝，离不开有效的处理技术。邹结富介绍，目前，处理电子垃圾的基本工序都是围绕资源回收利用展开的，主要包括拆解、破碎、分选、火法、湿法等，一级一级地完成资源回收任务，通过拆解、破碎与分选仍不能获取的资源，则要进入“城市矿产”的熔炼（火法）或萃取（湿法）等程序，将废弃的

电子产品通过焚烧与酸浸等，剔除废弃物，留下有价值的原料，之后通过进一步冶炼纯化，使回收的各种资源功能化，再回到生产环节，实现资源循环利用。2. 多方发力——加快发展

为了进一步了解电子垃圾处理技术在全球的专利布局情况，江苏佰腾科技有限公司 IP 事业部经理杨静文通过佰腾数据库检索后发现，全球在电子垃圾处理技术领域拥有较多专利申请量的分别是中国、日本、美国和欧洲部分国家和地区。截至 2017 年 1 月底，全球关于电子垃圾处理技术的专利申请量为 4796 件，中国相关专利申请 2548 件，日本相关专利申请 1019 件，美国相关专利申请 776 件。其中，中国提交的专利申请中发明专利申请共 1460 件。

杨静文进一步检索发现，电子垃圾大部分来源于电池、显示器、线缆和印刷电路板等废弃产品。目前，中国电子垃圾处理的核心技术主要集中在固体废物的处理再利用、家用电器的处理回收、电池的处理回收等领域。日本专利申请 90% 属于发明专利，且涉及的废弃电子产品处理技术更加全面完善。“虽然中国在该领域的发明专利申请量位居世界前列，但与日本等发达国家相比，中国电子垃圾处理技术的创新性不足，产业链有待进一步完善。”杨静文表示。

“在电子垃圾处理上，全球呈现出不同的地域化分工。美国对电子垃圾的处理以垃圾的分解为主，剩下的处理环节往往转移到别的国家，因此其也成为流入中国和东南亚市场“洋垃圾”的重要来源。此外，日本由于资源短缺，对于废弃电子产品的资源化再利用非常重视，特别是在上世纪六七十年代，日本的电子垃圾处理技术得到了快速发展，目前整个电子垃圾产业链技术已较为成熟完善。与之相比，近几年，伴随着电子科技的快速发展，中国在电子垃圾处理技术专利申请方面呈现爆发式增长，这与中国庞大市场需求密切相关。”邹结富表示。

谈及中国与发达国家在治理电子垃圾污染上的差距，北京知识产权学院副院长杨登才表示：“首先，国内民众对电子垃圾处理意识与国外相比有较大差距，有必要加强该领域的宣传和教育，提高国民环保意识，使广大消费者真正意识到电子垃圾回收处理是关系到自身利益的大事。其次，国内相关政策制定较为滞后。虽然我国针对电子垃圾的处理颁布了一些法律法规，但我国再生资源利用方面的法律法规还有待进一步完善。第三，相关领域原创技术研发还应加强。国内相关企业要进一步加强电子垃圾处理技术的研发，增强技术原创性，加强专利布局。”

从产业角度，杨登才对电子垃圾处理提出了 3 方面建议：“一方面加强政策引导，如通过建立循环经济产业园，将一家一户、走街串巷进行电子垃圾回收的模式，转变为以合作社、公司为主的模式，集中到一个园区内进行有效管理，推动电子垃圾回收实现集约化、规模化、产业化发展。另一方面，鼓励生产企业增强责任意识，鼓励企业在使用高效低耗、低污染的新型环保材料，增强企业管理废弃电子产品的责任意识，建立完善的回收体系。”杨登才建议，对于电子垃圾处理企业，要提高准入门槛，实现分级分类，通过资质认证确保相关企业具有相应的处理条件和能力，保证电子垃圾处理效果。



# 没有专利支撑，火得“不要不要” 的共享经济究竟能走多远

文 / 佚名

近几年，火得“不要不要”的共享经济已成为一种新兴潮流，无论是国外的优步(Uber)、空中食宿(Airbnb)，还是国内的滴滴出行、途家网，都获得了多轮巨额投资，最近的共享单车更是风靡全国成为新宠。然而在风光的背后，也暴露出专利的薄弱，没有专利支撑的共享经济究竟能走多远？

## 薄弱的专利支撑

由专利检索软件查询数据显示，滴滴出行“囊中羞涩”，尚未有专利申请获得授权；途家网、ofo 分别只有 1 件专利申请获得授权；摩拜单车目前有 11 件发明专利申请正在审查过程中，11 件实用新型专利申请和 5 件外观设计专利申请已获得授权。Uber 和 Airbnb 分别有 7 件、3 件发明专利申请处于审查过程中，另外，Uber 拥有美国专利 164 件，Airbnb 拥有美国专利 14 件。

从这些数据可以看出，与技术创新型企业相比，共享经济企业的专利数量非常少；国外企业比国内企业更重视提交专利申请，获取专利保护；国内企业几乎都处于“专利裸奔”的状态。

在创业创新大潮中，创业者、企业家对专利这种可以帮助自己形成垄断的“大杀器”已经有越来越深刻的认识。专利一方面提升企业的市场竞争力，另一方面也直接提高企业的估值，因此目前大部分企业都非常重视专利保护。但是从以上数据来看，显然共享经济领域企业还没有意识到专利的重要性。

回想 2014 年滴滴出行与快的的补贴大战，当时不管是司机还是乘客都拿红包拿到手软，但是这两家公司都没有拿起专利武器去打击对方。试想，如果滴滴出行或者快的手上掌握着一些关键专利，那么也许根本就不会出现双方烧钱几十亿的场面，这场交锋就结束了。

模式创新的共享经济，需要专利保护吗？

有人说，共享经济的实质是共享这一理念，核心竞争力在于创造一种适于广泛应用的共享场景连接供给者和使用者两端，然后培养普通用户的使用习惯，就大功告成。这更多的是模式创新，而不是技术创新，因此不需要专利保护。但是从另一角度来说，如果共享经济仅止步于模式创新，那么对于企业家或是投资人都“悲剧”了。当某一种模式被创造出来，由于模式创新得不到任何法律保护，那么模仿者仅需要足够的资金投入，即可复制并参与竞争，到最后剩下的商业竞争手段除了疯狂的金币战争实在没有其他有效的手段了。

模式创新的同时如果能够搭配技术创新，那么一定更容易形成竞争壁垒，企业的发展将会更顺畅，估值将会更高。其实共享经济在实现共享时一定需要对共享物进行不同程度的改造，并在共享物与共享者之间搭建平台，这中间具有广阔的技术创新空间。例如，Uber 针对通过计算装置提供的位置点数据来确定位置信息的方法等技术提交了专利申请，Airbnb 围绕在线预订系统提交了专利申请。如果这些相对核心的技术获得专利授权，专利形成的技术壁垒加上品牌认可度、用户习惯、渠道优势等因素，那么同质化竞争者将几乎无力再撼动其主导地位。

共享经济若能插上专利这双“翅膀”，或许能飞得更高，飞得更快。



# 专利收费、集成电路布图设计保护费、 专利代理人考试收费标准 重新审核公布

文 / 佚名

近日，国家发展改革委、财政部发布《关于重新核发国家知识产权局行政事业性收费标准等有关问题的通知》，根据国务院机构改革和职能转变有关要求，重新审核并公布国家知识产权局行政事业性收费标准。

国家知识产权局，各省、自治区、直辖市发展改革委、物价局、财政厅（局）：

为进一步规范行政事业性收费标准管理，提高政策透明度，根据国务院机构改革和职能转变有关要求，现将重新审核后的国家知识产权局行政事业性收费标准及有关问题通知如下：

## 一、专利收费标准

### （一）专利收费标准（国内部分）

国家知识产权局收取的专利收费标准（国内部分）按《专利收费标准国内部分》（附件1）规定执行。

对经济困难的专利申请人或专利权人的专利收费减缴按照《专利收费减缴办法》有关规定执行。

### （二）PCT专利申请收费标准

国家知识产权局收取的PCT专利申请收费标准按《PCT专利申请收费标准》（附件2）有关规定执行。

（三）国家知识产权局在为其他国家和地区专利提供检索和审查服务时，收取的专利收费标准按双方约定执行。

## 二、集成电路布图设计保护费标准

国家知识产权局在受理集成电路布图设计登记和办理其他手续时，按下列标准收取集成电路布图设计保护费。

（一）在受理布图设计登记业务时，向申请人收取布图设计登记费每件2000元。

（二）在受理布图设计登记复申请时，向申请人收取布图设计登记复申请费每件2000元。

（三）在受理布图设计登记申请表著录事项变更业务时，向申请人收取著录事项变更手续费每件每次100元。

（四）在受理延长布图设计登记申请文件补正期限申请时，向申请人收取延长期限请求费每件每次300元。

（五）在受理恢复布图设计登记权利申请时，向申请人收取恢复布图设计登记权利请求费每件1000元。

（六）在受理非自愿许可使用布图设计申请时，向申请人收取非自愿许可使用布图设计请求费每件300元。

（七）在受理非自愿许可使用布图

设计支付报酬裁决申请时，向申请人收取非自愿许可使用布图设计支付报酬裁决费每件300元。

## 三、专利代理人资格考试考务费标准

国家知识产权局在组织全国专利代理人资格考试时，向各省（自治区、直辖市）知识产权局收取的考务费标准，按照《国家发展改革委 财政部关于改革全国性职业资格收费标准管理方式的通知》（发改价格[2015]1217号）有关规定执行，在国家规定的收费标准上限范围内按成本补偿原则自行确定。各省（自治区、直辖市）知识产权局向报名参加考试的人员收取的考试费标准，由各省（自治区、直辖市）价格、财政部门按照发改价格[2015]1217号文件有关规定及组织报名考试的成本从严核定。

收费单位应严格执行上述规定收费，不得擅自增加收费项目、扩大收费范围、提高收费标准或加收其他任何费用，并按规定实行收费公示，自觉接受价格、财政部门的监督检查。同时，按照《国家发展

改革委 财政部关于取消收费许可证制度加强事中事后监管的通知》（发改价格 [2015]36 号）要求，严格执行收费单位情况和收支状况报告制度。

本通知自 2017 年 7 月 1 日起执行。《国家计委、财政部关于调整专利收费标准的通知》（计价格 [2000]2441 号）、《国家计委、财政部关于同意调整部分专利收费项目和标准的通知》（计价格 [2002]185 号）、《国家发展改革委、财政部关于集成电路布图设计登记费等收费标准及有关事项的通知》（发改价格 [2003]85 号）、《国家发展改革委、财政部关于重新调整 PCT 专利申请收费标准及有关问题的通知》（发改价格 [2009]364 号）、《国家发展改革委、财政部关于调整全国专利代理人资格考试收费标准及有关问题的通知》（发改价格 [2010]1258 号）同时废止。

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>附件 1</p> <p>专利收费标准国内部分</p> <p>金额单位：人民币元</p> <p>一、申请费</p> <p>（一）发明专利 900</p> <p>（二）实用新型专利 500</p> <p>（三）外观设计专利 500</p> <p>二、申请附加费</p> <p>（一）权利要求附加费从第 11 项起每项加收 150</p> <p>（二）说明书附加费从第 31 页起每页加收 50</p> <p>从第 301 页起每页加收 100</p> <p>三、公告、公布印刷费 50</p> <p>四、优先权要求费（每项） 80</p> <p>五、发明专利申请实质审查费 2500</p> <p>六、复审费</p> <p>（一）发明专利 1000</p> <p>（二）实用新型专利 300</p> | <p>（三）外观设计专利 300</p> <p>七、专利登记费</p> <p>（一）发明专利 200</p> <p>（二）实用新型专利 150</p> <p>（三）外观设计专利 150</p> <p>八、年费</p> <p>（一）发明专利</p> <p>1—3 年（每年） 900</p> <p>4—6 年（每年） 1200</p> <p>7—9 年（每年） 2000</p> <p>10—12 年（每年） 4000</p> <p>13—15 年（每年） 6000</p> <p>16—20 年（每年） 8000</p> <p>（二）实用新型专利、外观设计专利</p> <p>1—3 年（每年） 600</p> <p>4—5 年（每年） 900</p> <p>6—8 年（每年） 1200</p> <p>9—10 年（每年） 2000</p> <p>九、年费滞纳金</p> <p>每超过规定的缴费时间 1 个月，</p> | <p>加收当年全额年费的 5%</p> <p>十、恢复权利请求费 1000</p> <p>十一、延长期限请求费</p> <p>（一）第一次延长期限请求费（每月） 300</p> <p>（二）再次延长期限请求费（每月） 2000</p> <p>十二、著录事项变更费</p> <p>（一）发明人、申请人、专利权人的变更 200</p> <p>（二）专利代理机构、代理人委托关系的变更 50</p> <p>十三、专利权评价报告请求费</p> <p>（一）实用新型专利 2400</p> <p>（二）外观设计专利 2400</p> <p>十四、无效宣告请求费</p> <p>（一）发明专利权 3000</p> <p>（二）实用新型专利权 1500</p> <p>（三）外观设计专利权 1500</p> <p>十五、专利文件副本证明费（每份） 30</p> |
|--|--|---|



### 附件 2

#### PCT 专利申请收费标准

#### 一、PCT 申请国际阶段部分

(一) 国家知识产权局代世界知识产权组织国际局收取的费用

国家知识产权局代世界知识产权组织国际局收取的费用(国际申请费、手续费),其收费标准和减缴规定参照《专利合作条约实施细则》执行,实际收费以国家知识产权局确定的国际申请日所在月国家外汇管理局公布的汇率计算。

(二) 国家知识产权局收取的费用(金额单位:人民币元)

1. 传送费 500
2. 检索费 2100
- 附加检索费 2100

3. 优先权文件费 150

4. 初步审查费 1500

初步审查附加费 1500

5. 单一性异议费 200

6. 副本复制费(每页) 2

7. 后提交费 200

8. 恢复权利请求费 1000

9. 滞纳金 按应交费用的 50% 计收,最低不少于传送费,

最高不超过《专利合作条约实施细则》中国际申请费的 50%。

二、PCT 申请进入中国国家阶段部分(金额单位:人民币元)

(一) 宽限费 1000

(二) 译文改正费

初审阶段 300

实审阶段 1200

(三) 单一性恢复费 900

(四) 优先权恢复费 1000

注:由中国国家知识产权局作为受理局受理的 PCT 申请在进入国家阶段时免缴申请费及申请附加费;提出实质审查请求时,减缴 50% 的实质审查费。

由中国国家知识产权局作出国际检索报告或专利性国际初步报告的 PCT 申请,在进入国家阶段并提出实质审查请求时,免缴实质审查费。

由欧洲专利局、日本特许厅、瑞典专利局三个国际检索单位作出国际检索报告的 PCT 申请,在进入国家阶段并提出实质审查请求时,减缴 20% 的实质审查费。PCT 申请进入中国国家阶段的其他收费标准依照国内部分执行。



# 从专利申请看立体公交的技术演进

文 / 周璞

日前，一则关于立体公交的新闻引起了大家的热议，其奇特的造型和缓解交通拥堵的方式令大家感到新奇。然而，早在 50 多年前，便出现了类似的专利。半个世纪前的立体公交专利是什么样的？立体公交技术又是如何发展到今天这样？下面，同大家一起从专利的角度了解立体公交运输系统的技术演变过程。

立体公交运输系统通常包括用于搭载乘客的上层车体，以及可供乘客通过的下层空间，其目的是通过充分利用立体空间以提高路面资源的利用效率。据报道，立体公交构想是由美国的两位建筑师于 1969 年提出的，但是并没有获得专利授权。随着城市化的推进，交通拥堵已成为影响城市发展的桎梏，而立体公交领域的发明有力缓解了交通拥堵状况，该领域的发明创造也成为众人关注的焦点。为了探寻该技术的发展脉络，笔者查找了国内外关于立体公交技术的部分专利申请，分析了其技术演变的过程，从专利的角度揭示了立体公交运输系统的进化史。





一种用于控制运载车辆的控制装置

US3197229A

1965 年获权

1965 年，北爱尔兰人 Houlton 获得了美国专利 US3197229A：一种用于控制运载车辆的控制装置。如图 1 所示，这种装置包括上层的控制舱、四个支撑轮以及由轮子及其支撑件和车体构成的不封闭的下层空间。从结构上看，其已经具备了立体公交的两大基本元素，但发明该装置的出发点不是为了治理拥堵，其下层空间是为了放置货物。

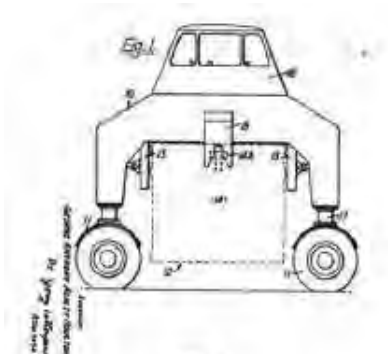


图 1

一种跨车

US4058183A

1977 年获权

1977 年，芬兰人 Keijo 获得了美国专利 US4058183A：一种跨车。如图 2 所示，其包括驾驶室 6、车体和下层空间 11 以及供移动的轮子 7，其已经开始考虑如何使人便于通过的问题。其下层空间高达 1.7 米，可以让人在下层空间通过。

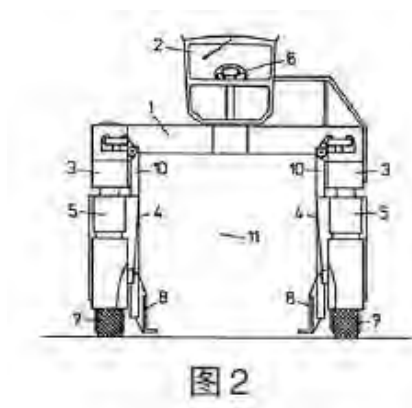


图 2

一种在预定工作区域线性移动的自动运输机器装置

US4702661A

1987 年获权又过了 10 年，意大利人 Luciano 于 1987 年获得了美国专利 US4702661A：一种在预定工作区域线性移动的自动运输机器装置。如图 3 所示，这类运输机器的下层空间已经足以“过车”了，只是这里通过的车是其运输的货物，而非通行的汽车。同时，该装置两边的轮子是在轨道 13 上运动的，单从结构上看，已经初具立体公交运输系统结构的雏形，但是其作用不是为了治理拥堵。

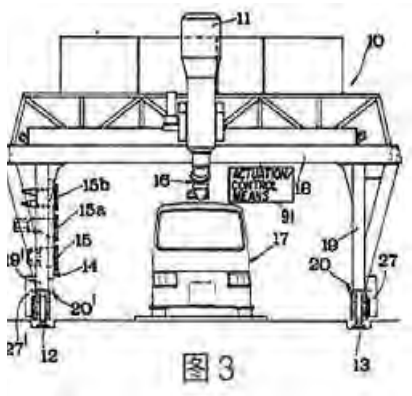


图 3

一种在公共道路上运送乘客的方法和  
高架运输系统

US6539877A

2003 年获权

1999 年，美国人 Saunders 针对城市交通拥堵问题提交了一件发明专利申请，该申请名为一种在公共道路上运送乘客的方法和高架运输系统。该专利申请于 2003 年获得授权，专利号为 US6539877A。如图 4 所示，这种高架运输系统包括高架车辆和专用站台，高架车辆具有上层乘客车厢、在轨道上行驶的支撑车厢的车轮组件，其中乘客车厢和公用道路路面之间的空间足以允许普通尺寸的乘用车通过。该专利完整地提出了为解决交通拥堵而采用高架车辆的技术方案。

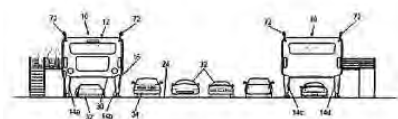


图 4

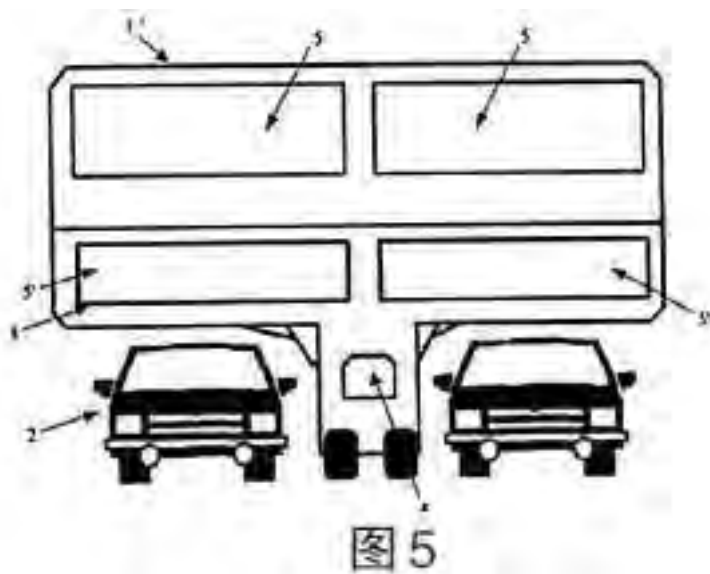
随着我国车辆数量的快速增长，交通拥堵问题也逐渐凸显，立体公交技术在我国专利申请中也开始出现。

一种交通道路空间复用方法及其上层车辆

CN200510111587.4

2005 年申请

专利申请人尹长青于 2005 年提交了申请号为 CN200510111587.4 的发明专利申请：一种交通道路空间复用方法及其上层车辆，权利要求的内容为“一种上层车辆，包括上部车身和下部底盘，其特征在于：所述的上部车身的宽度大于底盘下部，以使位于上部车身下面的底盘一侧留给可供其它车辆通过的道路空间”，参见图 5。与此前的专利相比，其还提出了采用单边支撑的方式行驶，该结构对路面汽车活动的限制更小。



从 2009 年开始，有关立体公交运输系统的中国专利申请数量有了明显增长，例如：专利申请人宋有洲于 2009 年提交的申请号为 CN200910040634.9、名为“宽体高架电车”的发明专利申请；专利申请人刘亚滨于 2010 年提交的申请号为 CN201010601840.5、名为“跨式客车”的发明专利申请；专利申请人许宏伟于 2011 年提交的申请号为 CN201120215721.6、名为“一种门式公交车”的实用新型专利申请。

总体而言，从 1965 年“形而像”的运载车辆，到 1999 年真正出现立体公交的专利申请，再到 2009 年后我国这类申请快速增长，期间经历了漫长的技术发展过程，其中既有技术的积累，也有人们对于治理交通拥堵的迫切需求。公众需求是发明创造的动力，现有技术是发明创造的基础，已有的专利申请能展示技术的发展脉络和方向，对于热情满满的探索者或是犹豫不决的观望者而言，如能站在现有技术的肩膀上，相信能看到立体公交技术更系统、更全面的未来风景。

# 企业在创新技术申请专利前的 技术布局思路总结

文 / 佚名

创新技术的保护方式是在进行技术布局即专利布局时首要考虑的。对于不同类型的技术内容采取不同的技术保护方式，以获取最大化的技术控制能力和竞争能力。其通常表现为专利申请前的决策过程。专利申请前的决策是指企业在申请专利之前，根据企业技术研发方向、市场战略定位、行业竞争状况等因素，对创新成果的保护形式、申请专利的客体类型、申请专利的时机、地域以及数量的分布等方面进行的决策。专利申请前的决策对于企业专利管理而言非常关键，亦是专利布局策略的起点。一方面，企业选择最佳的保护途径充分利用创新成果为企业参与竞争服务；另一方面，企业要确保其自身资源投入到合理的领域并得到预期的回报。

通过专利申请前的决策和准备，企业可以实现以下几个方面的重要目的：

- ◇ 确保属于商业秘密范畴的技术方案不被公开，保持企业技术上的领先优势；
- ◇ 优化保护方式构成，灵活运用防御性公开、避免企业陷入被动局面；
- ◇ 专利申请前提前进行专利检索分析，及时发现和排查专利风险，为潜在的纠纷做好准备；
- ◇ 申请专利时多维度挖掘，形成专利组合，促进企业在市场中形成有利竞争地位；
- ◇ 对费用提前做好预算，确保重点项目的资源投入，实现收益最大化。

下面就技术保护策略及专利申请策略要点进行详细说明：

## （一）专利申请前决策的内容及操作要点

专利申请前决策的目的是集中有限资源对创新成果讲行最有效的保护，其宗旨是增强企业的竞争力，最大限度地帮助企业获得利润。对于不同的创新成果，处理的方式不尽相同。

首先，考虑创新成果的最佳保护形式，确定是否申请专利。其次，在确定专利保护的方式后，从企业的布局和需求出发，对具体的申请类型、申请时机、地域以及相应的专利申请数量进行设计和部署，以实现创新成果的最大保护，建立企业在市场竞争中的有利地位。

### 1. 创新成果的保护形式

在针对技术方案提出专利申请之前，首先要考虑的内容就是否应该提出专利申请。虽然专利权的保护对专利权人非常有利，但一项发明创造是否采用专利的形式予以保护，需要综合考量专利制度本身的特征和技术方案本身的特点，否则反而会造成负面影响。

#### （1）不同的保护形式及特点。

企业的创新成果通过技术来展现，对技术的直接保护方式一般包括专利保护和商业秘密，而防御性公开是利用专利制度的特点，以主动提前公开技术信息的方式避免他人对该技术进行专利申请以获得独占权。

商业秘密是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。企业在进行专利权申请前决策时考虑进行商业秘密保护的对象主要是技术秘密，其特点是该技术具有行业内的领先性和一段时期内的垄断地位。如果这些技术进行专利申请，会因为公开而导致别人对该技术的借用和发展。

防御性公开指的是将一项创新技术主动向公众和社会公开，以阻止他人对该技术申请专利，确保任何人都不会再获得该项发明的排他权。防御性公开的方式一般为技术研发实力较为雄厚的企业所采用。对于这些企业，往往产生多个创新成果，而有限的专利申请和管理经费决定了要对创新成果进行筛选，优选最重要的成果进行专利保护。但是，未进行专利保护的创新成果却可能是其他企业的研发和重要技术创新成果。因此，对这些创新成果通过防御性公开的方式可以有效阻止其他企业获得该技术的专利，从而避免潜在的专利侵权风险。

| 类型    | 公开方式                    | 操作性  | 侵权举证                     | 保护力度                                   | 资源投入                                    |
|-------|-------------------------|--|--------------------------|--|---|
| 专利保护  | 按照法定要求进行充分公开，公开时有格式限制   | 涉及企业专利工程师、技术员、管理人员等，在申请时的答复、修改等过程，专业性要求较高  | 发现及举证侵权相对容易，部分专利保护对象较难举证 | 按照法定保护年限，享有排他权和独占权，保护具有地域性特点           | 需要企业专利工程师和技术人员等人力资源投入，费用包括方费用、代理费用，投入较大 |
| 商业秘密  | 内部保密，不对外公开              | 主要涉及保密工作的负责人员以及与保密技术内容相关的人员，操作流程较为简单，但风险较大 | 侵权举证较难，部分情况下需要威机构认证      | 保护年限与泄密时间相关                            | 需要专门人员负责，保密措施、保密协定等投入的费用相对较少            |
| 防御性公开 | 企业自行确定公开内容和时机，公开的格式不受限制 | 主要涉及公开的平台和公开的方式，操作简单、灵活、快速                 | 不涉及侵权                    | 公开的技术内容成为社会公共知识，可以阻止该技术被申请专利，不享有独占和排他权 | 成本低廉，甚至完免费                              |

根据上表的比对，可以发现三种不同的方式各有特点，企业可以从自身在资源投入、保护需求以及未来的战略发展定位等多方面因素出发，选择最合适的保护方式。

### (2) 确立保护形式的操作要点。

企业在进行专利保护、商业秘密和防御性公开三种方式的选择时应由企业的专利管理人员为主导，同时需要技术研发部门、市场部门主管和企业管理层参与。在选择时首先是筛选出需要商业秘密保护的创新成果，其次是精选出用于专利申请的技术成果，最后再考虑防御性公开的方式。

①当该技术能够在较长时间内保持领先，并且在长时间内不会出现替代性技术影响该技术的领先地位，具有较长的生命周期时，可以考虑进行商业秘密保护。如果该技术生命周期较短，在市场中表现为阶段性特点，可以考虑利用专利保护的方式，为企业获得最大利益。

②创新技术能否具有领先地位，除了利用商业秘密的保护方式，还需要考虑该技术是否受到其他因素的影



口哆响。这些因素包括：

◇是否易被研发获得：即通过行业中一般的研发条件是否可以获得该创新技术成果，尤其是关注主要竞争对手是否具备相应的研发能力。如果容易被研发获得，就不适合采用商业秘密进行保护。

◇是否可反向工程获得：如果该创新成果可以通过反向工程或者其他途径进行破译就可以获得技术细节，无疑就不适合用商业秘密进行保护，而应当考虑以专利保护为主，可以获得独占权和排他权。

◇是否易被侵权举证：如果某创新成果通过专利申请进行保护时，不易对侵权行为进行发现并举证，如制造工艺、配方等，即使获得专利权保护，也不能有效阻止侵权的发生，那么商业秘密的保护方式就更加适合。

③在排除商业秘密的保护方式之后，企业可以考虑专利保护。在判断选择专利保护时主要考虑以下两点。

首先，考虑该技术是否具备可专利性。从专利的授权前景和授权权利要求的保护范围考虑，可专利性包括三个方面：

◇是否具备授权前景：授权前景主要是审查员审查时考察该技术是否具备授权条件，影响授权前景的主要因素是“三性”问题。如果该技术已经被公开，则无法获得专利权。

◇授权后的权利要求保护范围是否适当：在审查的过程中，或许可以最终获得授权，但是权利要求的保护范围缩小，与预期相差较大。这种情况下，专利保护的力度会大打折扣。

◇获得的专利权是否稳定：即使排除上述两种情况，顺利获得专利权，但由于审查员的检索未能全面或者该专利权为实用新型或外观设计专利权，那么这样的专利权存在被无效的风险。

根据以上三个方面，企业应当在申请专利前做好专利检索和分析工作，判断创新成果能否获得专利权以及获得的专利权是否具备预期的保护范围和稳定性。如果不能达到预期的目标，那么就应当采用商业秘密的保护方式。

其次，考虑是否具有保护价值，考虑专利保护价值主要从经济效益和社会效益出发，因为专利申请和维护需要花费较大的代价，给企业造成一定的负担。如果创新成果对本企业而言不具备较高的价值，但对其他企业而言比较重要；或者，该创新成果在企业的整体创新中并不突出，但对于其他企业而言可能属于重要技术，那么，可以通过防御性公开的方式防止其他企业利用该技术对本企业造成不利局面。

## 2. 专利申请的类型设计

在决定申请专利后，需要考虑申请专利的类型。通过对各项技术创新成果进行分析，评估其最佳的专利保护类型，确定用其中一种或者多种来申请保护。在一个包括多个创新点、三多个技术细分方向的研发项目中，往往会产生多个需要专利保护的技术成果。不同的技术成果因形式不同、技术含量不同，需要不同类型的专利保护，这就需要通过专利申请类型的设计来获得合适的保护效果。此外，在专利组合保护的专利管理理念下，也更有必要通过专利申请类型的设计和组合运用来提高专利组合保护的法律效力和经济效果。

### (1) 专利保护类型

以中国为例，专利分三种形式，即发明专利、实用新型专利和外观设计专利，这三种类型的专利在保护客体、授权条件、审查方式、保护期限以及费用上都存在区别，如下所示。

| 类型   | 保护客体                       | 授权条件  | 审查方式  | 审查期限  | 保护期限 | 费用                   |
|------|----------------------------|---|-------|-------|------|----------------------|
| 发明   | 产品、方法或者其改进                 | 新颖性、创造性和实用性，技术高度较高  | 初审、实审 | 2-3 年 | 20 年 | 与另外两种相比，额外的审查费，年费也教高 |
| 实用新型 | 产品的形状、构造或者其结合              | 新颖代、创造性和实用性，技术高度相对较低  | 初审    | 1 年以内 | 10 年 |                      |
| 外观设计 | 产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合 | 产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合<br>不属于现有设计；与现有设计或者现有设计特征的组合相比，应当占当具有明显区别，授予专利权的外观设计也不得与他在申请日以前已经取得的合法权利相冲突。外观设计主要强调设计上的区别，而不要求技术上的进步 | 初审    | 1 年以内 | 10 年 |                      |

### (2) 专利申请类型设计的要点

在进行专利申请类型设计时，要从技术的重要度、客观属性、多个保护类型的搭配等方面进行考虑。

#### ①技术的重要度。

技术的重要度是决定保护形式重要因素。如果该技术很重要，创造性较高，又属于企业研发中核心的技术，可考虑采用以发明专利为主要类型的保护模式；如果该技术的创造性不高，不是非常重要，可考虑以实用新型专利和外观设计专利为主要类型的保护模式。

#### ②技术的客观属性。

技术的客观属性注决定了技术的实际保护形式。专利申请类型在设计时，还应当结合需要保护的技术本身的形式。例如，如果是方法，即便创造性不是很高，也只能采用发明专利这一类型的保护模式；如果需要保护的是产品的外观，即便其新颖性非常高，也只能采用外观设计专利这一类型的保护模式。

#### ③多个技术的类型搭配。

在对多个对对象进行专利申请类型设计时，考虑各个对象之间在搭配使用时，不能任意搭配组合，而应按照一定的方法来进行。专利申请类型搭配时可以参照以下两点方法：

其一，核心技术部分多采用发明专利，外围技术部分可以采用实用新型专利和外观设计专利。核心技术的重要性或创造性比较高，申请发明专利并得到授权的的可能性较大，专利权利也比较稳定，也有利于未来对该专利的维权。反之，围绕核心技术开发的一些外围技术，其重要性和创造性总体上相对较低，更加适合通过实用新型、外观设计等申请类型来保护，因此，核心技术以发明专利为主、实用新型和外观设计专利为辅，外围技术可考虑以实用新型和外观设计专利为主，发明专利为辅。

其二，在发明和实用新型的选择上，应倾向于以发明专利为主，实用新型专利为辅。发明专利和实用新型的发明高度不同，相对实用新型而言，发明专利要求的创造性是“突出、实质性的进步”。对于发明和实用新型都可以申请的技术方案，企业从是否助于促进专利质量的角度进行选择。在注重专利质量的当下，应当增加发明专利的比重而降低实用新型专利的比重，以增加得到实质审查的机会，尽可能提高专利质量。

### (3) 实际案例及点评：

L 公司生产肾动脉支架，公司专利管理部门老王和研发部小王共同合作，研制出了钴铬合金的支架，专利管理部老王认为该研究成果不仅规避了 J 公司的专利，而且比 J 公司的专利技术效果还要好，可以考虑将自己的研发成果申请专利。老王和小王经过分析，决定对该研发成果进行全方位的专利保护，为此，他们设计了三种专利申请类型：

(1) 对于钴铬合金支架的制造方法，采用发明专利的类型来申请；

(2) 对于钴铬合金肾动脉支架的整体结构，采用实用新型专利的类型来申请；

(3) 对于钴铬合金肾动脉支架的外形，采用外观设计的类型来申请。通过上述三种专利申请类型的设计，为小王研发出来的钴铬合金肾动脉支架提供全方位的专利保护。

点评：小王的技术核心应当在于钴铬合金支架的制造上，完成这个钴铬合金支架的制造后，再在支架上设计挖槽、载药的结构等就相对比较容易，因此，该案例中的钴铬合金支架的制造方法作为核心技术以发明专利类型来申请，而支架的结构和外观分别以实用新型专利类型和外观设计专利类型来申请。

通过这种立体的专利保护方式，从加工方法到结构到外观，通过三种专利模式进行了全面的保护，最大的实现了技术控制。这是典型的专利组合布局思路。



# 防霾技术： 一个专利分析师眼中的蓝天白云

文/i 智库

2017年1月1日，在一片雾霾中，北京迎来了新年，距离2016年12月雾霾的红色预警还不到10天，雾霾再次回到北京，并同时眷顾了全国61个城市。

1月3日，北京市环境保护局发布了2016年北京市全年空气质量状况报告，报告称2016年北京全市PM2.5年平均浓度下降9.9%。从数据情况来看，雾霾情况在好转，但从天气看来，让天空恢复蓝色需要更长的时间。

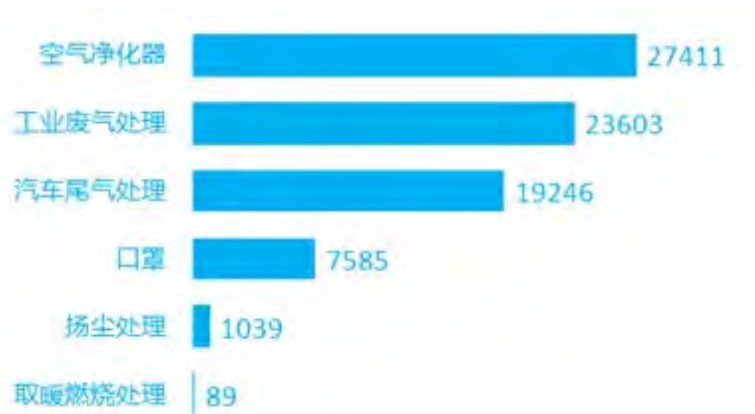
除了气象条件，汽车尾气、冬季供暖烧煤废气、工业废气、建筑工地和道路交通扬尘等产生的颗粒物是雾霾产生的重要因素。那么在2016年PM2.5浓度下降的9.9%里面，这些因素是否得到了一定控制呢？

于是，在2017年1月又一个雾霾橙色预警的日子里，小i检索分析了关于雾霾的主动治理以及被动防御的专利申请情况，以期了解近几年我国的科技人员在雾霾治理方面做出了哪些努力？

其中雾霾的主动治理包括汽车尾气处理、工业废气处理、扬尘处理和冬季供暖燃烧处理；雾霾的被动防御包括空气净化器和口罩。

空气净化器是抵御雾霾最受关注的创新领域

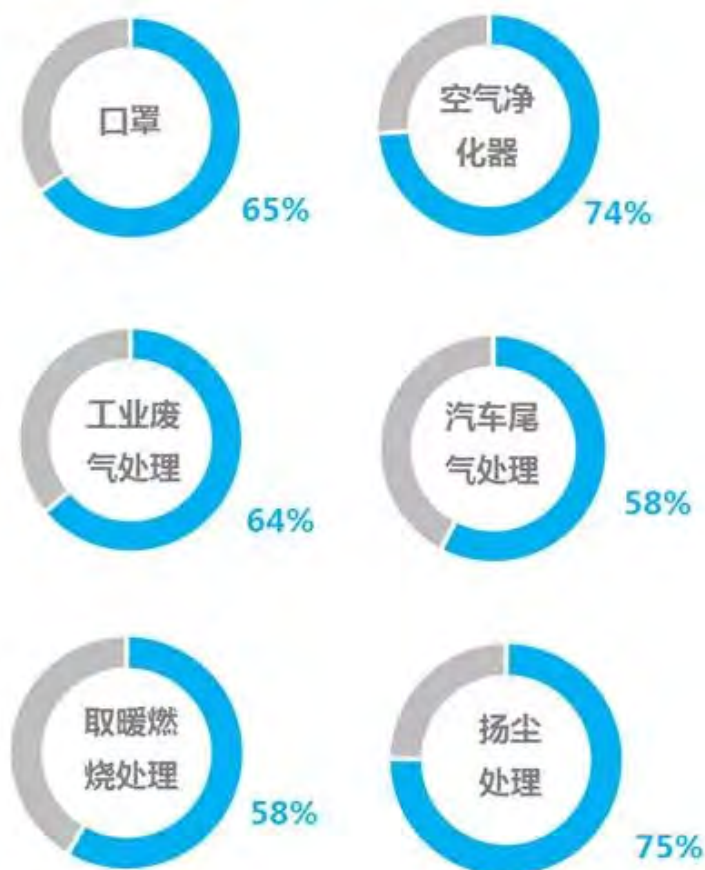
截止到2017年1月3日，抵御雾霾方面，在我国申请的专利超过7万件，其中，空气净化器以27411件专利申请荣登榜首，其次是工业废气处理（23603件）和汽车尾气处理（19246件），口罩、扬尘处理和取暖燃烧处理领域的专利申请均不足万件。





进一步分析发现，无论是雾霾主动治理（汽车尾气处理、工业废气处理、扬尘处理、冬季供暖燃烧处理）方面，还是被动防御（空气净化器、口罩）方面，近五年（2012-2016年）的专利申请量占比均超过专利申请总量的50%，尤其是空气净化器和扬尘处理，近五年申请的专利超过其专利申请总量的七成。

近五年专利申请占比



综合来看，近五年抵御雾霾方面的专利申请增长迅速，其中空气净化器是技术创新的重点领域，并且日用领域（包括空气净化器、汽车、口罩、取暖燃烧处理）的专利申请量高于工业领域（包括工业废气处理、扬尘处理），这说明抵御雾霾日用领域的技术创新热情高于工业领域，反映出在抵御雾霾方面，目前的市场需求主要在日用领域，这体现了普通百姓对雾霾的重视，也体现了目前工业领域雾霾治理的无力。

本土企业是雾霾防御的主要技术创新力量

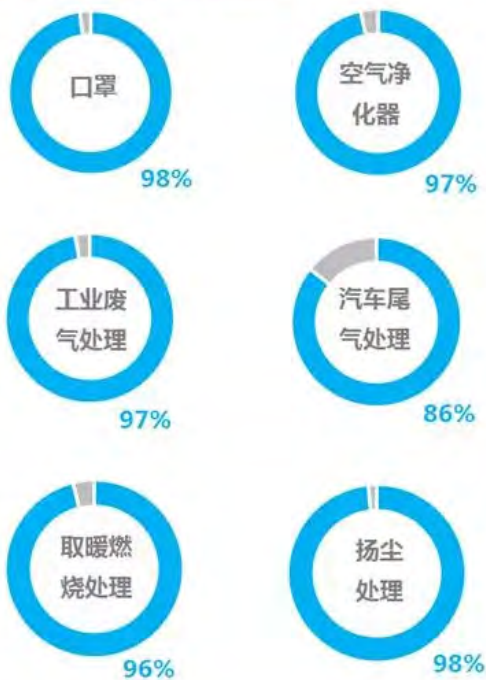
截止到2017年1月3日，抵御雾霾方面，在我国申请的专利超过7万件，其中，空气净化器以27411件专利申请荣登榜首，其次是工业废气处理（23603件）和汽车尾气处理（19246件），口罩、扬尘处理和取暖燃烧处理领域的专利申请均不足万件。

进一步分析发现，无论是雾霾主动治理（汽车尾气处理、工业废气处理、扬尘处理、冬季供暖燃烧处理）方面，还是被动防御（空气净化器、口罩）方面，近五年（2012-2016年）的专利申请量占比均超过专利申请总量的50%，尤其是空气净化器和扬尘处理，近五年申请的专利超过其专利申请总量的七成。

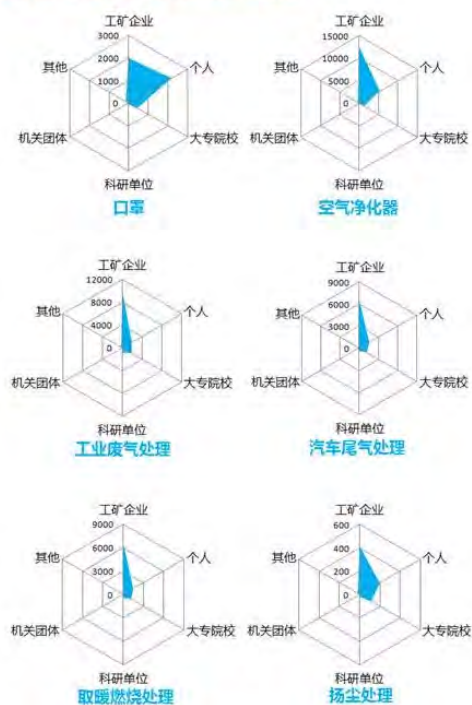
综合来看，近五年抵御雾霾方面的专利申请增长迅速，其中空气净化器是技术创新的重点领域，并且日用领域（包括空气净化器、汽车、口罩、取暖燃烧处理）的专利申请量高于工业领域（包括工业废气处理、扬尘处理），这说明抵御雾霾日用领域的技术创新热情高于工业领域，反映出在抵御雾霾方面，目前的市场需求主要在日用领域，这体现了普通百姓对雾霾的重视，也体现了目前工业领域雾霾治理的无力。

从近五年抵御雾霾专利的来源来看，雾霾主动治理方面，除了汽车尾气处理 14% 的专利申请来自国外以外，工业废气处理、扬尘处理、冬季供暖燃烧处理方面的国外来华专利申请均不超过 5%。雾霾被动防御方面，口罩和空气净化器的专利申请均主要来自中国本土，国外来华占比同样不到 5%。可以说，近五年我国本土科研人员在雾霾主动治理和被动防御方面均作出较大努力。

近五年中国本土专利申请占比



近五年中国本土专利申请主体分析



进一步分析近五年中国本土专利申请的主体分布情况可以看出，无论在雾霾的主动治理领域，还是在被动防御领域，工矿企业均是技术创新的主要力量，其中，其尤以在空气净化器领域的专利申请量最为突出，12366 件申请超出排名第二工业废气处理领域专利申请量的 26%。而大专院校及科研机构虽然在雾霾防御方面专利申请量较低，但其对工业废气处理（2709 件）及汽车尾气处理（1485 件）更为关注。口罩由于创新难度较低，个人申请数量也相对较高。

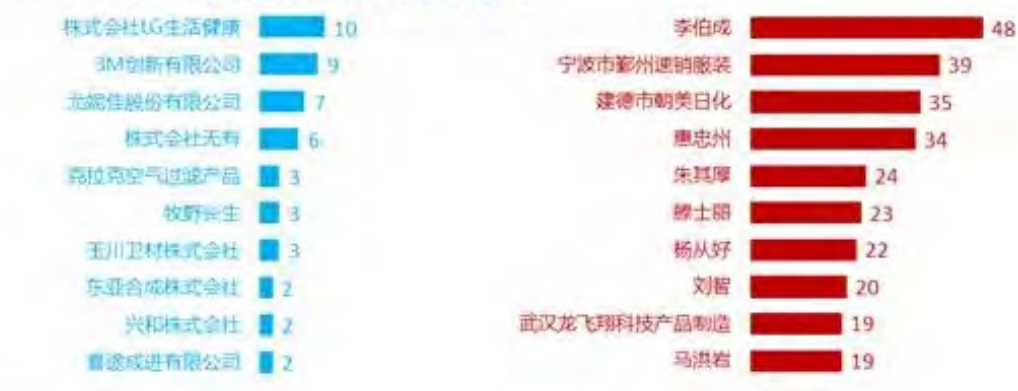
综合来看，目前在雾霾防御方面，本土企业是主要的技术创新力量，而其中，以被动防御方面的空气净化器的专利申请量最为突出，而对雾霾形成具有重要作用的工业废气处理、汽车尾气处理、取暖燃烧处理以及扬尘处理方面，虽然企业仍然是创新的主力，但从专利申请量来看，和空气净化器领域具有一定差距。

### 口罩领域国外产品充斥中国市场

进一步分析雾霾被动防御方面口罩的国内外专利申请人情况可以发现，口罩领域，中国本土 TOP10 专利申请人名单中，个人有 7 位，其中除了专利申请量排名第四位的朱其厚（深圳市新乐正环保科技有限公司董事长）申请的 24 件专利中包括 3 件发明，11 件实用新型外，其余 6 位个人申请的专利均为外观设计。而入选名单的其余三家企业中，宁波市鄞州速销服装的专利申请也均为外观设计。总体来看，国内目前在口罩领域虽然具有专利申请，但技术水平偏低。

反观国外来华申请人，虽然入选 TOP10 名单的专利申请人专利申请量并不突出，但从其申请类型构成来看，大多为发明及实用新型。结合目前雾霾防御口罩市场情况，也是国外品牌更得消费者认可。看来国内企业在口罩方面仍需进一步加强技术研发水平。

### 近五年口罩中国专利申请主要申请人



### 美的、格力在空气净化器领域专利申请数量突出

从空气净化器的国内外申请人情况来看，无论是中国本土还是国外来华在空气净化器领域申请的专利数量均高于口罩领域，净化器领域，国内企业以美的集团和格力电器的专利申请数量最高，国外则以 LG、夏普、大金工业、飞利浦等企业的专利申请数量较为突出。这些企业也是净化器领域的主流企业，其较高的专利申请数量反映出其在空气净化器领域较强的技术研发实力。

### 近五年空气净化器中国专利申请人主要申请人





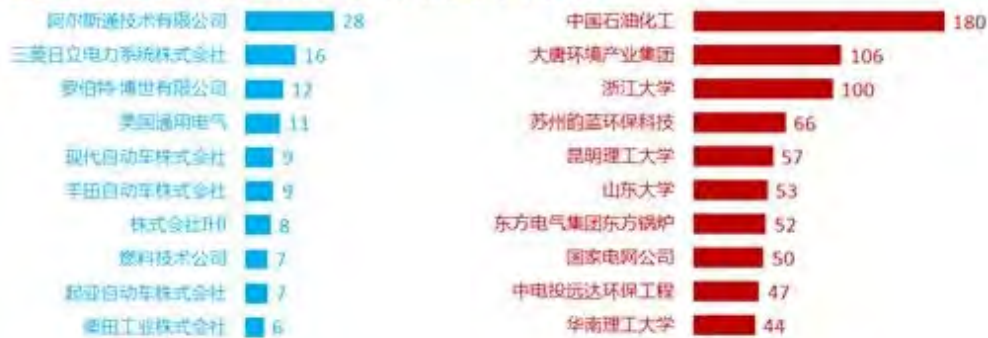
工业废气处理领域中石化、大唐环境集团表现突出

在雾霾主动治理方面，工业废气处理领域的中国本土 TOP10 申请人名单中，包括六家企业和四所高校，企业中，以中国石油化工、大唐环境产业集团的专利申请数量最为突出，高校中，则以浙江大学专利申请数量最为领先。

显然，目前国内企业在工业废气处理方面也做出了较多努力，但和空气净化器领域相比，工业品废气处理领域排名第一的企业中国石油化工的专利申请量仅为空气净化器领域专利申请排名第一的企业美的集团的 56%，工业废气处理领域的技术创新仍有较大的发展潜力。

国外来华在工业废气处理领域的 TOP10 申请人则均为企业，其中阿尔斯通、三菱日立电力系统的专利申请表现较有优势。

近五年工业废气处理中国专利申请主要申请人



汽车尾气处理我国本土企业创新实力和国外仍有差距

作为雾霾主动治理的另一个主要领域，汽车尾气处理的国内外申请人分布情况和其他领域不同，国外来华申请人的专利申请数量高于国内本土申请人，其中国外来华排名第一位的丰田汽车株式会社的专利申请量高达 143 件，而国内本土排名第一位的潍柴动力股份的专利申请量仅为 91 件，占丰田汽车株式会社的 64%。这与我国目前汽车市场品牌主要来自国外有较大关系，我国本土汽车企业在技术创新实力和国外企业仍有差距。

近五年汽车尾气处理中国专利申请主要申请人





总体来看，在雾霾防御方面，目前被动防御（空气净化器、口罩）技术创新情况好于主动治理方面（工业废气处理），这反映出目前空气净化器及口罩的市场需求较大，间接带动了空气净化器和口罩方面的技术研发，而工业废气处理由于成本较高、收益较低，目前虽然技术研发速度也较快，但速度不及空气净化器领域。

雾霾治理是一个长期的过程，应当从源头和末端双管齐下共同防御，只依赖空气净化器和口罩无法阻止雾霾对身体的危害，只有从来源掐灭才有可能杜绝雾霾。但对企业而言，空气净化器、口罩和汽车等日用消费品由于收益较高，企业进一步技术研发的动力较强，而工业废气处理则由于成本较高、收益较低需要政府进一步激励企业开展才有可能使得雾霾治理更见成效。



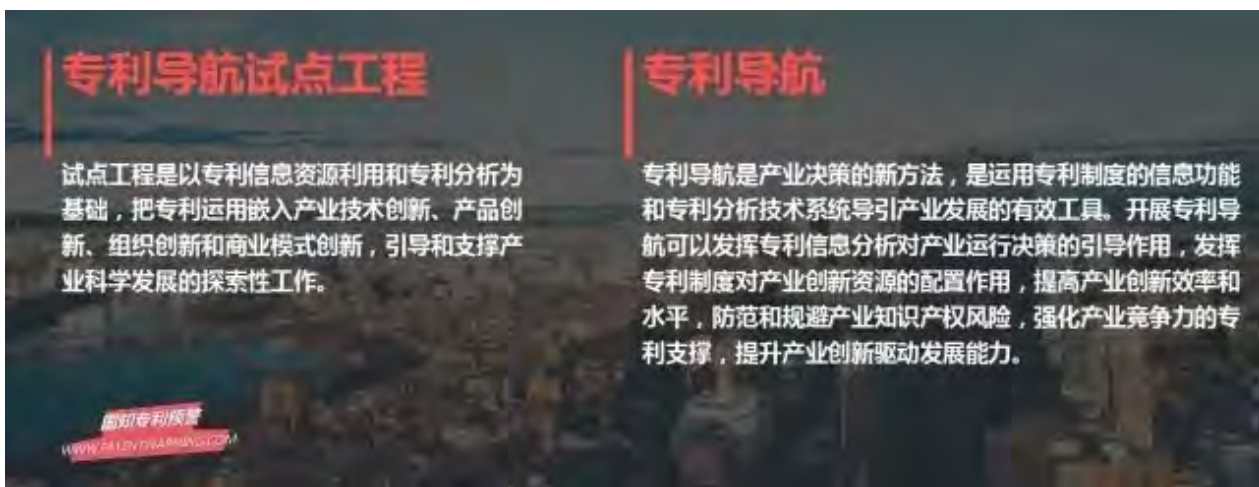
# 企业运营类专利导航项目 know-how 揭秘（上）

文 / 彭博

近期，国家知识产权局印发《国家知识产权局办公室关于推广实施企业运营类专利导航项目的通知》（国知办发管字〔2016〕56号），为全面开展企业运营类项目指明了方向，也为服务机构开展项目服务提供了可借鉴的思路和方法。

什么是“企业运营类”专利导航？

提起“企业运营类”专利导航，我们要从专利导航试点工程说起。专利导航试点工程是以专利信息资源利用和专利分析为基础，把专利运用嵌入产业技术创新、产品创新、组织创新和商业模式创新，引导和支撑产业科学发展的探索性工作。自2013年4月启动，为期5年。



目前，分两批在全国确定了17个国家专利导航产业发展实验区。围绕专利导航实验区的建设，主要开展两个层面的工作：一是“宏观”专利导航，落到项目层面包括“产业规划类专利导航”项目、“区域创新类专利导航”项目等；二是“微观”专利导航，落到项目层面包括“企业运营类专利导航”项目。宏观专利导航和微观专利导航由于服务对象不同，其在目标、方式、实施以及指导等方面都存在差异。

其中，微观专利导航以创新主体的专利运营为目标，给出运营策略和模式的指引，政府发挥引导作用，加强市场化运作。微观专利导航可以充分运用宏观导航成果，在产业专利布局态势和竞争格局的基础上开展，也可以按照《企业运营类专利导航项目实施导则》的内容模块，直接从企业入手加以开展。



### 发展历程

自专利导航试点工程实施以来，已经完成了几个阶段的工作——

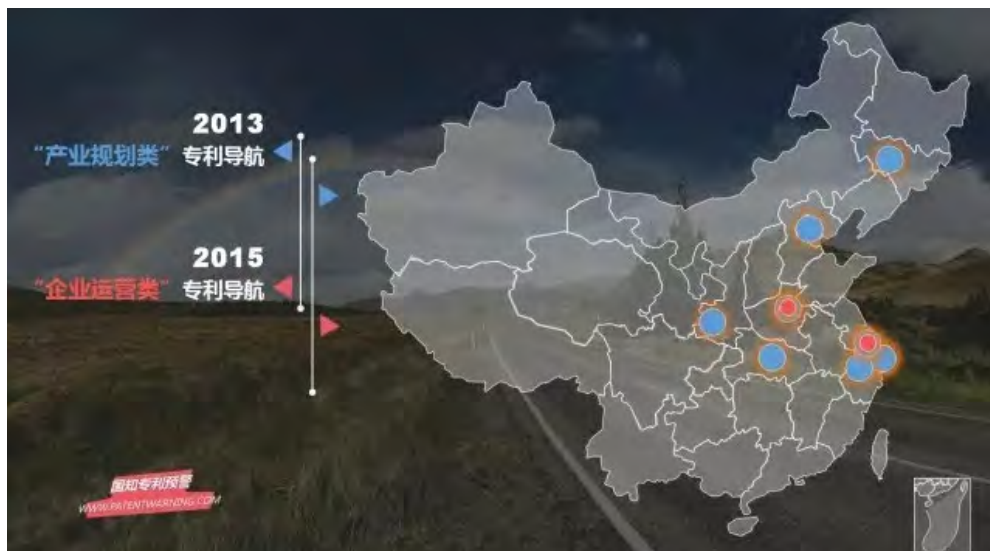
2013年起，在首批八个国家专利导航产业发展实验区完成了产业规划类专利导航项目，其中国知专利预警承担完成了郑州新材料产业集聚区“超硬材料”项目、中关村科技园区的“移动互联网”项目、苏州工业园区“MEMS”项目、以及武汉东湖技术开发区“光通信”项目。

2014年起，各地在专利导航分析成果的基础上，研究制定和印发了专利导航区域特色产业创新发展政策性文件，进一步发挥专利导航对于产业创新发展的决策支撑作用。

2015年，国家知识产权局制定并印发了《国家知识产权局办公室关于推广实施产业规划类专利导航项目的通知》（国知办发管字〔2015〕18号），对项目管理实施的基本流程和要点进行规范，是地方政府、产业园区、行业协会和服务机构等实施产业规划类专利导航项目的指导性文件。

同年，为进一步推动实验区建设，加快实施专利导航产业创新发展规划，国家知识产权局选取郑州新材料产业集聚区和苏州工业园区共九家企业，开展微观专利导航项目试点工作，国知专利预警承担了微观专利导航项目的分析工作。

2016年底，国家知识产权局印发了《企业运营类专利导航项目实施导则》，对微观专利导航项目的基本内涵、内容要点和实施操作均进行了说明，指导市场主体实施企业运营类专利导航项目。



微观专利导航能做什么？

微观专利导航的项目开展，力求为企业整体的知识产权工作提供战略引领。因此，在具体的操作层面，微观专利导航将以企业的发展实际为出发点——处于不同发展阶段的企业，面对不同的发展问题，微观专利导航的工作重点也会不同。但总体而言，未来的微观专利导航项目原则上应以《企业运营类专利导航项目实施导则》为依据，根据企业实际进行选择和侧重。《导则》中明确了微观专利导航项目的框架设计，主要包括四个分析模块：

一是企业发展现状分析，通过分析企业的发展现状、环境和定位，综合诊断企业特征与需求，选定本项目分析的企业重点产品；

二是企业重点产品专利导航分析，该模块将围绕企业重点发展的产品，开展核心技术、竞争对手和侵权风险等分析；

三是企业重点产品开发策略分析，从企业重点产品开发基本策略出发，将专利布局、储备和运营嵌入产品开发全过程，形成专利运营方案，专利运营与企业产品直接挂钩，通过企业产品反馈市场需求，其是将企业技术转化为流转资产、反馈作用市场的核心手段；

四是专利导航项目成果应用，将专利导航项目成果深度融入企业各项决策，完善企业战略、产品、技术等相关发展规划。

可以说各个模块环环相扣，形成从市场出发并最终通过专利运营回归市场的闭环反馈机制，持续、渐进实现专利运营目标和企业发展规划。





# 品源俱乐部冬季篇冰雪飞扬 滑雪季

随着北京和张家口成功申办 2022 年冬奥会，滑雪运动在北京的都市白领群体中迅速升温。

1 月 15 日，好天气伴随着好心情，品源俱乐部的小伙伴们迎着飘雪准时到达目的地，整齐有序地换好装备后迫不及待地进入雪场。

这已经是俱乐部第二次滑雪了，一些小伙伴早就掌握了滑雪基本技能，互相交流经验和技巧。在简单的热身后，小伙伴们信心满满的登上了传送带，来到了滑雪场半山坡，撑起雪杖，便不由自主的随着坡度快速滑起来，掌握了基本技巧后，尽管还是手忙脚乱，惊叫连连，中途也免不了摔几个跟头，但小伙伴们都乐此不疲！

滑雪是一个很刺激的户外项目，对于初学者的我们来说充满了惊险和乐趣，随后更多的小伙伴都加入了热火朝天的挑战队伍。滑雪它不仅能增强人的肺活量，从而有效地增强体质，还能增加团队间的互帮互助精神，从而达到强身健体，形成良好心理素质和团队氛围的目的。更锻炼了大家的意志力与团队合作的精神，使得大家更加勇于迎接新的挑战，在享受了运动快乐的同时，大家更增加了相互了解，增强了公司团队的凝聚力。

这次滑雪活动中，小伙伴们的身心得到了彻底放松，活动中充分体现了和谐团队、互助协作的团队精神，最后活动在愉快的氛围中划上了圆满的句号。让我们共同期待下一次的旅程吧！



# 天津市知识产权局到天津品源 调研考察

近日，天津市知识产权局政策法规处宁卫红处长、主管工程师张媛女士等一行莅临品源知识产权天津分公司进行考察调研，天津办全体同仁对调研组的来访表示欢迎，并由执行总经理李宠先生陪同座谈。

座谈会上，李宠先生对天津品源 2016 年的工作进行了系统介绍，就一些具体问题与调研组交换了意见。宁处长对品源在知识产权领域的综合实力给予了高度评价，对品源所取得的成绩给予了充分的肯定和赞赏，同时也希望品源能够再接再厉，继续坚持高端服务路线，为更多的天津企业提供优质知识产权服务。

李宠表示品源会在天津市知识产权局的关心和支持下，继续充分发挥专业优势和自身能力，以更加优质、高效的知识产权服务，与客户的需求进行对接，为天津市的知识产权工作做出更大的贡献。

宁处长还就有关问题给品源提供了指导建议，使品源很受启发和鼓舞。会后，调研组一行参观了品源天津分公司办公区，并合影留念。



## 东莞品源“知识产权助力企业创新转型”论坛圆满结束

为使广大企业充分认识到知识产权对企业发展的重要型和必要型，东莞品源与常平镇经科信局合作于2016年12月20日在东莞常平开展了以“知识产权助力企业创新转型”为主题的论坛。

本次论坛在常平科技园内进行，约200家企业代表前来参与论坛。品源合伙人巩克栋先生针对本次论坛主题“知识产权助力企业创新转型”进行了一场专题讲座。巩克栋先生具有丰富的审查经验和工程经验，曾任综合发明审查处材料加工室主任，副研究员级专利审查员，专利复审委审查员，兼职复审员，PCT/GCC审查员，实用新型评价报告审核员，审查员导师，质检员，培训讲师，多次荣获优秀审查员、优秀导师称号，并多次被选派到美国、欧洲学习。

会议上，巩克栋先生首先为企业代表详细阐述了当前市场环境、创新型企业的蓬勃发展的现状、企业如何转型发展以及通过“重油催化裂化案”、“深圳朗科U盘案”等关于知识产权保护的案例为企业代表做了资深的分析。

其次，通过企业代表现场提问的问题，巩克栋先生在解答过程中引导企业如何做好知识产权风险的防控，避免掉进专利陷阱而遭到竞争企业的打击，并讲解了企业如何通过知识产权的作用为企业保驾护航，更加合理地构筑专利壁垒，帮助企业提升核心竞争力，有利于企业创新转型。

讲座结束后，大家积极与讲师互动，交换名片，讲师耐心的一一解答。为此次参会的企业解决了相关的疑惑。本次活动圆满结束，参与的企业纷纷表示不虚此行。通过本次“知识产权助力企业创新转型”的论坛，使参训企业对知识产权有了较全面深入的了解，对其今后的知识产权保护上，提供了较大的帮助，受到参训企业的一致好评。今后品源也将一如既往秉承着“信赖意味着责任”的宗旨为客户提供全方位的知识产权服务，并全力支持中国知识产权事业。





# 天津品源举办迎圣诞元旦 主题活动

圣诞老人的脚步悄然而至，新年也在向我们招手。，伴随着圣诞元旦浓浓的节日氛围，天津品源俱乐部开展了火力十足的“奔跑”迎圣诞庆新年活动。

活动过程中，大家被分成黑、红、蓝、黄四个小队，每个小队选出一个队长带领队员完成挑战我们首先进行热身游戏“团团抱”游戏中男女生分别代表不同金额，根据主持人说出的数额大家抱在一起，抱错的要接受惩罚，不仅充分展现了个人反应能力以及团队协作能力，还成功地炒热了现场的气氛。热身过后，小伙伴们“踏上征程”，在该游戏中，每一个小队需要分别完成捏鼻旋转、双人跳绳、体力考核、极速前进、地精通道等各项挑战。第三个游戏为“肢体传声”，每队队员依次用肢体表演将成语传递给下一个队员，由该队最后一个队员来完成成语的猜测，通过这个游戏，队员之间更加了解彼此，增强了团队之间的默契度。最后一个游戏是每队寻找宝物，然后根据宝物中的提示来完成相关的动作来获得积分，途中还设有黑衣人的围追堵截。这时候大家更加斗志昂扬，紧接着开启了游戏的高潮—终极撕名牌环节，在奔跑过程中燃烧着激情，释放了自我。整个过程充满了刺激和挑战，凸显了团队凝聚力及迎接挑战的决心。

时间在不知不觉中流逝，四个小时的主题活动中充满欢乐与笑声，每人都获益良多。结束了所有游戏后，在一片欢声笑语中举行了圣诞大派对，大家相互交换礼物，畅聊心事，度过了一个难忘的圣诞夜。俱乐部的本次活动既锻炼了队员之间的团队协作精神，又增强了同事之间的友谊，让大家感受到了品源大家庭温暖，也立志在未来的工作中注入更多的爱与力量，继续秉承“信赖意味着责任”的宗旨为品源贡献自我。





## 天津品源滑雪之旅倾听风的声音

为了丰富品源小伙伴的文化生活，进一步提高公司凝聚力，培养大家团结拼搏的精神，天津品源俱乐部的小伙伴们于2017年1月14日组织员工前往蓟县玉龙滑雪场，开始了一次迎新年的滑雪之旅。

俱乐部的小伙伴们准时到达目的地，整齐有序地换好装备后迫不及待地进入雪场。有些小伙伴是第一次滑雪，我们特意请了两位滑雪教练进行专业指导。首先，教练带着大家进行热身运动，接着，详细地讲解雪具的使用、低坡和高坡滑雪的基本要领等。小伙伴们踏上滑雪板开始体验了！刚开始，大家还不能很好地掌控平衡，不断有人摔倒，滑雪场上不时传来阵阵哄笑。经过不断地练习，小伙伴们互相交流经验教训，终于大家都能游刃有余地在雪上纵横驰骋，感受风儿从耳畔呼啸而过，享受着俯冲的刺激，享受着大自然的美好，欢声笑语不断……

小伙伴们投身于旷达的纯白天地中，荡起滑雪板，尽情驰骋，在速度动感与惊险刺激中体验高山滑雪，挑战自我、超越自我、展示风采。



# 广州品源俱乐部活动 小洲村，生物岛一日游

在广州冬天的清晨和煦的阳光给大地披上一层金色的外衣，暖暖的令人陶醉，像极了北方春天里的阳光。喜欢广州就喜欢他的长青，喜欢它一年四季盛开的花朵。为了不辜负这样的好天气，广州品源小伙伴们决定在 12.16 日组织一次与大自然亲密拥抱的活动。

生物岛和广州大学城一江之隔，北临小洲村，南临大学城，形状似辣椒，顶头部对岸就是黄埔军校，岛上最大的优势就是可以骑行。抵达小洲村大自然烧烤场后，大家分工合作，为烧烤做前期的准备，有的洗菜、有点切菜、有的起火、有的分佐料、有的分菜，前期工作在大家配合下顺利的完成。接下来就开始进行烧烤。小伙伴们边烧烤边打牌、踢毽子，围坐在一起谈笑风生，此时此刻，忘掉压力聊得不亦乐乎。下午烧烤活动结束后，大家迎着清风，骑着自行车环绕生物岛。生物岛沿岸有一条美丽的绿道，没有市区那样的嘈杂喧嚣，有的只是舒适和惬意，宽阔干净的大道，可以任由我们放松工作紧绷的神经，尽情在冬日的阳光下徜徉，享受冬天那特有的温暖，让冬天就这样在温暖中慢慢的滑过……

广州品源俱乐部一日游户外活动在大家的欢声笑语中不知不觉地接近尾声，但大家感觉还意犹未尽！此次活动目的是让大家身心放松，体现出企业对员工的人文关怀，把团队精神融入到活动中，展现出全体员工团结凝聚、活跃、奋进的氛围。





# 东莞品源 “用心前行，筑梦远航”主题年会

回首往昔，我们硕果累累，我们热情洋溢；  
坚定现在，我们信心满满，我们激情澎湃；  
展望未来，我们生机勃勃，我们斗志昂扬！



2017年1月13日下午，东莞品源“用心前行，筑梦远航”2017主题新春年会在东莞维也纳酒店召开，东莞办全体成员欢聚一堂，共同分享属于我们的欢乐与温暖。

东莞办主任雷银女士的一番真情致辞，与我们一同回首2016的辉煌时刻，为我们带来2017的美好展望，同时也为东莞品源“用心前行，筑梦远航”2017年新春年会拉开了帷幕。

在年会开始之际，雷银主任为东莞办2016年的两名优秀员工颁发证书及奖金，感谢他们为品源的付出，表示客户、领导以及各位同事对他们工作的认可，鼓励在未来的一年里继续以最佳的状态与品源一同成长。

各个部门也为年会带来了十分精彩演出，客服部、行政部温暖人心的手语舞《最好的未来》，市场部诙谐幽默的小品《如此收费》，代理部绘声绘色的表演，流程部感心动耳的多种语言合唱《小幸运》，当然不能少的是全体女生惊艳全场的时装走秀，以及全体男生精彩绝伦的表演《一站到底》。更让人意想不到的，两位主持人为大家送出新春小彩蛋——美伦美奂的舞蹈表演《告白气球》，让大家惊喜万分，为年会增添一份色彩。

本次年会中心环节就是让每一位同事分享自己2016年在品源里最精彩、最难忘的一件事，让我们对彼此多了一份认识，多了一份感动，也为品源的点点滴滴留下了烙印。年会过程中播放了回顾2016年东莞品源的心路历程，让大家感受我们与品源一同走过的温馨与感动。公司还为每位同事定制了属于他们的一本台历，里面有着他们的日常生活的照片，他们在品源的活动与工作照片，也为同事们准备了一份新春礼物，为他们带来一份如家般的温暖。

最后，雷主任为庆祝东莞品源成立6周年，以及祝贺大家2017年新春快乐，展望未来，希望我们可以一同与东莞品源走过更多个6周年。新的一年，我们将满怀憧憬，激情澎湃，让我们一起用信心和勇气，昂首阔步，去书写一个更加灿烂的未来。

# 品源知识产权成立 12 周年庆典暨 2017 年年会圆满结束

北风挡不住春天的脚步，2016 已向我们挥手告别，冰雪封不住青春的热情，2017 已随春潮滚滚而来。2017 年 1 月 7 日，品源知识产权成立 12 周年庆典暨 2017 “新征程新跨越拥抱未来”主题年会在北京柏翠酒窖盛装启幕。品源北京总部、海外办事处及国内各办事处代表共聚一堂共同庆贺这激动人心的时刻！

大会开场由“品源天使”带来的创意走秀，日韩部的蜘蛛侠、钢铁侠、蝙蝠侠、天津小伙伴的印度法老装扮、法律三部两位帅气的机长、法律一部的军统女装、国内化学的卡通恐龙装扮以及国际流程部民国时期的学生装等等，瞬间让整个会场无比绚丽。

紧接着是由国内副总经理胡彬先生及国际副总经理杨生平先生分别针对国内及国际领域做工作报告。今年年会品源合伙人会议主席、总经理闵桂祥先生一改往年的传统致辞，一段轻松幽默的“老闵 time”脱口秀，从国际风云变幻到国内局势走向，从知识产权的发展前景再到品源人未来的美好生活，闵总激情澎湃、侃侃而谈，最后还引用了网络流行语祝大家 2017 不“香菇”不“蓝瘦”。台下掌声雷动、笑声不断。



表彰大会上，评选出品源 2016 年最高效、最敬业、最勤勉团队以及优秀个人，他们凭借卓越的法律服务能力及良好的职业道德赢得了客户的亲睐与称赞，是品源的中坚力量。品源在 2016 年飞速增长的业绩离不开每一位品源人的辛苦付出，相信在所有品源人共同努力下能实现下一次新的跨越！





本届的年会只能用四个字来形容“人才辈出”。节目类型涉及多种有特色的天津快板、别具匠心的小提琴演奏、搞笑惊艳的反串、幽默诙谐的哑剧、美轮美奂的舞蹈表演、优美的瑜伽表演、相声、小品等等。各种精彩节目轮番上演，台下掌声笑声不断，到处都洋溢着品源人的笑脸……让我们一起欣赏一下节目的精彩瞬间吧！晚宴期间播放各个办事处发来的节目表演及新年祝福。相信在2017年品源人将会燃烧激情，再创新征程、新跨越、拥抱品源更加美好的未来！！





### 感恩品源 精彩华东

2017年1月15日上午，由品源苏州办承办的“感恩品源精彩华东”——品源华东区2016年度年终庆典在昆山阳澄湖华东生态农庄隆重开幕，品源上海办、无锡办、苏州办和南京办（筹）的全体同事们欢聚一堂、共享盛会！

大会在苏州办的帅哥美女《咋了爸爸》的欢快激情舞蹈中瞬间沸腾绽放，华东区各个办事处的小伙伴们轮番呈现多个幽默风趣的相声小品、欢快深情的情歌舞蹈、夺目惊艳的模特走秀……台上惊喜不断，台下掌声不息！

会上还颁发表彰了品源华东区2016年度各类优秀奖项，品源华东区2016年的良好业绩离不开每一位品源人的辛苦付出，预祝2017年在全体同事的共同努力下实现新的跨越。



# 品源华南区创新、活力、i+ 主题 年会圆满结束

金猴留恋丰收年，闻鸡起舞迎新春。2017年1月13日，品源华南区2017年年在广州丽柏国际酒店盛大举行，广州分公司及深圳分公司全体员工欢聚一堂，宾朋满座。本次年会主题为：创新、活力、i+，意喻着品源员工在新的一年里将继续发扬创新精神，保持活力，并不断的提升自我，超越自我的决心。

年会开始之前大家有序入场签到，在年会的主题背景墙上签名，并拍照留影。



签完名毕，所有人陆续就坐，随着暖场音乐的停止，舞台上的LED屏幕出现了倒计时，所有人一下子安静下来，一起观看充满收获与喜悦的开场视频。

紧接着两位主持人上台，并邀请了深圳分公司潘总及广州分公司黄总分别为深圳办及广州办2016年的工作进行总结及对未来作出规划展望。

年会上各部门为我们展示了精心准备了表演节目，有性感、热辣的爵士舞蹈《Number9》；也有轻松、搞笑、又让人思考人生的小品《监狱风云》；有流行、欢乐的舞蹈《大王来巡山》及《小鸡快闪》，也有抒情、清新的吉他弹唱《晴天》；最让人惊喜的是男主持人带来的魔法神奇的《魔术表演》，节目丰富多采，气氛好不热闹。

节目表演期间，公司还对2016年度优秀员工进行了表彰，评选出了品源华南区金牌顾问、金牌搭档、金牌代理人及最佳贡献奖等奖项，并给予表彰及颁奖，他们凭借卓越的工作能力及良好的职业道德赢得了同事与客户的亲睐与称赞，是品源的中坚力量。



最后，年会在深圳分公司潘总、广州分公司黄总共同开启香槟的仪式中结束。品源在 2016 年飞速增长的业绩离不开每一位品源人的辛苦付出，相信在所有品源人共同努力下能实现下一次新的跨越！





# 2017 年度品源知识产权国际论坛 完美闭幕

随着国家走出去战略的实施，中国企业在海外的业务规模越来越大。但与此同时，企业遇到的纠纷与挫折也越来越多，如何通过有效的途径，让企业在扩展海外业务过程中获得强有力的知识产权保护，已是刻不容缓的事情。鉴于此，由广州市发明协会、德国、日本、韩国、美国等事务所及品源集团共同主办，北京品源专利代理有限公司广州分公司承办的国际论坛于2月22日在广州海航威斯汀酒店隆重召开。

本次论坛主题为“汇聚中外知产力量，助力企业扬帆远航”。广州市知识产权局领导、广州市发明协会领导、南通市知识产权局领导以及各国资深知识产权律师、广州市企业代表共150多人共聚一堂参加本次论坛。品源合伙人杨生平先生主持论坛，广州市知识产权局张玮处长的精彩致辞为本次论坛拉开了序幕。



论坛上，德国、美国、日本、韩国和中国等国家和地区的资深知识产权律师分别作了精彩的演讲。

德国的两位律师分别介绍的是在欧洲保护发明的不同方法，以及欧洲外观保护的新变化；日本律师介绍了在过去5年内，法院裁定创造性的发展趋势、日本专利局的审查趋势及采取的应对措施。品源知识产权杨生平先生在《申请国际专利的途径选择》的演讲中指出：“PCT作为向国外申请专利的一种途径，具有双重特征，并不是每个人都需要PCT服务。关键在于清楚认识自己的需求，看PCT是否与这种需求匹配，按需选择申请或回避。”

韩国律师向我们传达了韩国专利实践中的最新趋势和变化以及对申请人的建议；美国律师演讲内容包括《美国专利实践中对外国企业重要方面的概述——客体适格》，以及《专利授权后在专利局提起无效，ITC调查》；北京品源律师事务所的丁沙律师和北京品源知识产权管理咨询有限公司的黄东峰执行总经理，分别就外观设计侵权判断在中国法院认定的基本规则，以及创新研发中的专利信息利用与分析问题进行了探讨。演讲环节结束后，各国律师就企业代表们的提问进行了回答和交流。

本次论坛促进了企业与国际律师之间的知识产权交流，进一步加强了企业对国际知识产权的保护意识，品源在全球一体化的大格局下将继续努力，帮助企业更加从容地面对未来的机遇和挑战，提供更专业、更高效的知识产权服务。

