

▼本期说法

# 跨国经营重在防范知识产权风险

■ 本报记者 陶海青 实习记者 姜业宏



在中外商贸合作的过程中,国内外企业对法律保障及其风险防范有极大需求已成为一种新的共识。这是记者从中国—西亚北非商事法律合作国际研讨会上了解到的。

### 中国企业“走出去”:战略化经营

中国企业在国际化经营中面临的主要知识产权问题虽然都是个案,表面上看千差万别,但实质上颇具共性。中国贸促会知识产权服务中心负责人谭剑提出,知识产权意识不强

是首要问题。一方面,有的企业认为知识产权需要大量投入,没有认识到知识产权其实是重要的资产;另一方面采用惯性思维,套用国内的办法处理境外知识产权问题,往往造成困扰。

对所在国知识产权制度不熟悉,也是中国企业走出国门面临的一大问题。由于目前我国能够提供境外知识产权法律服务的专业机构不多,企业往往有需求、无供给。

谭剑还说道,大多数中国企业

还面临知识产权储备不足的问题。多数企业研发投入不够,拥有自主知识产权不多,导致在竞争中受制于人。多数企业不善于运用知识产权,还没有在海外开展知识产权布局,虽然在目的地国申请了零散的专利、注册了少量的商标,但无法对竞争对手形成威胁,只能被动应对。

为此,谭剑建议,企业应将知识产权提升到战略高度,加大资金投入,加强研发,形成自有知识产权,增强核心竞争力。知识产权竞争是国际化经营的常态,要进入国际市场,决不能回避知识产权竞争。同时积极开展海外知识产权布局,积极在境外申请专利、注册商标。还应充分利用社会资源,做好知识产权分析和风险预警,妥善规避海外知识产权和国际市场风险。

### 外国企业在中国:本土化衔接

事实上,跨国公司在华也面临类似困扰。中国专利代理(香港)有限公司法律部副经理刘鹏提出,中国《专利法》的第四次修改增加了对故意侵权的惩罚性赔偿,此前还设立了

统一的知识产权法院,多方面体现出国家知识产权制度的规范化和对知识产权战略的重视。随着权利人维权意识增强,各市场主体也频现专利纠纷。在华外企必须系统考虑如何做好本土化衔接,加强知识产权风险防范。

跨国保护、跨国销售侵权、平行进口等问题是跨国公司在中国知识产权领域常见的专利问题。刘鹏介绍说,专利保护具有地域性特征,企业申请中国专利主要有三种途径,一是直接提交中国申请,二是根据PCT条约要求国外优先权,三是依照PCT条约进入中国。在产品制造和销售阶段,在中国制造而不在中国市场销售同样存在专利侵权的风险,OEM技术可能被第三人独立研发或者通过其他渠道得到并申请专利。此外,违反中国《专利法》的程序性规定还可能导致专利权无效,例如利用遗传资源完成的发明创造,企业都应多加关注。

刘鹏建议,跨国公司在国际市场中应抢先进行知识产权布局,提高风险防范意识,及时寻求专业人士的建议和帮助。



## “最严版权令”实施一年 付费情况不乐观

IFPI(国际唱片业协会)日前发布的《2016全球音乐报告》显示,2015年中国音乐作品销量上涨63.8%,达到1.7亿美元,其中数字音乐收入整体上升68.6%。2015年成为近年来中国音乐市场增长最快的一年。

值得注意的是,2015年还是中国音乐版权格局市场震动最大的一年。7月8日,国家版权局下发《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》,业内称之为“最严版权令”。版权令一经推出,16家直接提供内容的数字音乐服务商主动下线未经授权音乐作品220余万首,各大播放平台也纷纷推出会员制度。以QQ音乐为例,推出普通付费包每月8元、豪华

付费包每月12元的服务。基于QQ拥有的庞大用户群和已经运营快8年的绿钻模式,付费效果明显。

《2016全球音乐报告》也指出,上一年度中国数字音乐收入提升了68.6%,但这不能体现音乐付费市场全貌。阿里音乐版权负责人表示,IFPI的报告不能真实体现中国音乐市场的付费情况。IFPI的数据是从华纳、环球、索尼三大唱片公司收集来的,从播放平台交付版权方的预付款情况可以看出,现在的付费情况并没有数据显示得那么乐观。

所谓预付费,是指在不确定收益的情况下,播放平台通常每年要花上亿元去购买唱片公司的

数字版权,原则是“多补少不退”,即超出部分要继续与唱片公司分成,如果收益没有达到预付款数额,就以预付金额为主。“版权令实施之后,各大平台都推出了付费服务,付费情况有所好转,但从整体收入来讲,相对于预付的版权费没有可比性。”阿里音乐版权负责人表示。

中国互联网经历了太漫长的免费期,为音乐买单的观念很难通过一年的时间转变。“观念的转型需要时间,相比于3年前,付费音乐从无到有,现在一些‘90后’已经开始习惯付费。在播放平台上依然有免费和付费的选择,免费音乐依然是不少人的首选。”恒大音乐市场总监王毅说。

(傅玛丽)

▼大众评价

# 跨境维权亟待引起重视

■ 余颖

我国出境游规模已连续3年排名世界第一。根据亚马逊发布的公告,去年我国消费者的跨境购物呈现井喷式增长,仅2015年1月至10月,中国消费者在亚马逊海外站点的购物总额就相当于过去20年的总和。

在跨境消费火起来的同时,消费者权益受损的问题也随之凸显,大陆游客在境外被强迫购物、遭遇黑导游、人身安全权受损等事件时有发生,严重的甚至造成人身伤害。网购海淘问题更为棘手,跨境网购商品如果存在宣传与实物不符、销售假冒伪劣商品、不履行保修义务等侵害消费者权益的行为,消费者难以找到对应的投诉主体,还存在适用不同规定、产品质量难认定,退换货商品涉及快递、报关、税收等一系列问题,消费者往往只能自认倒霉。

在此情况下,如何帮助消费者跨境维权,成为相关部门必须考量的新课题。

有些消费者境外消费维权意识不强。出门在外,或者由于人生地不熟不敢维权,往往选择忍气吞声不了了之,或者对境外商品和服务不了解,不重视维权问题,意识不到自己的权益受到了损害。对于这样的消费者,

相关部门应该加大跨境消费教育力度,普及跨境消费知识,提升其维权意识。

更多的是,跨境消费纠纷发生在境外,消费者不是不想维权,而是不知道有关维权的规定,找不到对应的维权部门。目前,跟团游客多采取回境找当地旅行社投诉的方式,但组团社在旅游大环节中往往处于相对弱势地位,针对航空公司、景区管理者的话语权十分有限,有些组团社或者导游甚至就是损害消费者权益行为的实施方。另外,游客回到住所地时已经错失维权最佳时机,组团社即使介入也较难挽回损失,不少人因为维权成本太高只好放弃。相对于跟团游客,采取自由行方式出境旅游的游客,因其选择购买交通方式、住宿餐饮等旅游产品的自主性和分散性,遇到问题更加求助无门。

消费者境外维权的另一大障碍是举证难、成本高。消费者境外购物以奢侈品居多,这类商品的质量标准和退换货规则多由品牌拥有者自己制定,消费者所购商品一旦出现质量问题,退换货几乎不可能。再者由于成本高,境内对奢侈品难以进行鉴定。特别是举证商品的质量问题,品牌商大多不认可,消费者的维权诉求即使付出比境内高几倍的成本也很难实现。

对于这些遭遇了维权难的消费者,相关部门应充分利用各种媒介,通过发布消费提示、消费警示、维权案例剖析等多种形式,向广大消费者宣传境外消费注意事项,尽量避免消费纠纷的产生;告知消费者如何在消费过程中取证和保存证据,为境外消费维权打下坚实的基础。

需要注意的是,跨境消费纠纷发生在境外,经营者主体也在境外,只靠消费者个人力量很难完成维权,有时境内有关执法机关也难以行使管辖权。因此,有必要建立与旅游目的地的纠纷协调解决机制。例如,2005年闽澳、闽港三地消委会率先达成协议,规定消费者在闽澳或闽港任何一地购买商品或接受服务时产生消费纠纷,消费者均可向消费纠纷发生地或居所地的消委会投诉,双方可依照管辖权限向对方移送,按规定程序、期限办理,并将处理结果及时反馈。维权协作机制启动以来,已处理多起涉及异地消费纠纷诉案,取得了不错的效果,值得借鉴。

▼法律干线

### 深圳市贸促委参加2016香港调解周活动

本报讯(特约记者 罗文冰)5月12日,深圳市贸促委相关领导参加了2016香港调解周期间举办的以调解解决跨境商业争议研讨会,并在该研讨会上作了以“调解之于深圳发展现状与将来机遇”为主题的演讲。深圳贸促委调解中心负责人讲述了深圳调解发展阶段以及深圳贸促委对“诉调对接”“裁调对接”“大调解”工作所作出的努力和成绩,同时就未来调解因应深圳“蛇口—前海自贸区”发展、落实国家“一带一路”战略、“互联网+”新

兴商业业态模式发展以及知识产权保护发展中所带来的机遇进行讲述,希望深圳与香港在商事调解上有更多的合作,共同推进跨境商事争议调解解决的平台建设。

与会的香港特区政府律政司司长袁国强、中国贸促会驻港澳地区首席代表杨平安均对深圳与香港共同推进跨境商事争议调解工作表示大力支持,期望建立内地与香港更为紧密的联合调解机制,共同应对“一带一路”战略实施所带来的国际商事争议。

### 国家知识产权局加强专利行政执法制度建设

本报讯 近日,国家知识产权局印发《专利侵权行为认定指南(试行)》《专利行政执法证据规则(试行)》《专利纠纷行政调解指引(试行)》。

近年来,随着全系统打击专利侵权假冒的办案力度不断加大,办案量呈现快速增长态势,地方局对专利侵权行为认定、专利纠纷行政调解实体标准以及专利行政执法证据规则方面的理解与适用问题也日渐增多。而相关法律适用标准散见于《行政诉讼法》《行政处罚法》等法律、相关司法解释、有关规章及行政答复中,缺乏统一的规范性文件指导。各地方局一直呼吁国家知识产权局能出台相关规定,从而规范全系统执法办案工作,促进执法能力进一步提升。根据工作计划,近年来国家知识产权局深入开展调查研究,多次征求各地方局、局内有关部

门和社会各界的需求、意见与建议,归纳总结出适合专利行政执法办案的规则和细化规定,并附以案例说明,突出体现了行政执法简便、快捷的优势。下一步,国家知识产权局将做好宣传培训和意见建议收集工作,并在条件成熟时推动提升法律位阶。

本次制订工作是对全国知识产权系统多年执法工作实践经验的提炼与总结,也是国家知识产权局加强专利行政执法制度建设、实施严格的专利保护的重要举措之一,有利于完善执法办案依据,提升事中事后监管水平,增强全系统执法办案工作的科学性、规范性与协调性。上述文件的出台必将更好地维护创新者、专利权人和社会公众的合法权益,营造公平公正、开放透明的法治和市场环境。(王志超)

### 品保委发布年度十佳案例与“两法”衔接典型案例

本报讯 近日,中国外商投资企业协会优质品牌保护委员会在北京召开2015—2016年度知识产权保护十佳案例与“两法”衔接典型案例发布交流会,发布了10个知识产权创新保护刑事案件、10个非刑事案件和5个知识产权行政执法和刑事司法衔接典型案例。来自十佳案例和“两法”衔接典型案例获选单位代表、商会、国际组织等300余人应邀出席会议。

品保委自2002年起开展年度知识产权“十佳案例”评选活动,自2012年起评选“两法”衔接典型案例。参评的案例由会员企业提名,分为刑事和非刑事两大类,包括各类知识产权

行政执法与司法案件。2015—2016年度评选出的10个最佳刑事案件、10个最佳非刑事案件和5个“两法”衔接典型案例,集中在商标和专利领域,覆盖机械、电气、医药、日用品、服装和安全用材等行业;侵权途径多样化,行邮渠道案件多发,网络成为重要平台;部分行业犯罪团伙家族化、地域化趋势明显;违法犯罪嫌疑人反侦查能力强化,假地址、假联系人、假生产者信息充斥。获选案例是我国知识产权保护工作的一个缩影,是对团结齐心、并肩战斗在知识产权保护领域工作人员人员的肯定,也是中央和地方政府大力支持和推进知识产权保护工作的真实写照。(余新涓)

### 苹果遭专利诉讼被索赔28亿美元

本报讯 一家名为VoIP-Pal的公司近日起诉苹果公司,指控苹果的智能手机、平板电脑和笔记本侵犯了其网络电话专利,要求苹果赔偿28亿美元。

据了解,VoIP-Pal公司拥有许多网络电话(VoIP)专利,一些已经被授予,一些已经提出申请。而苹果侵犯专利的服务主要包括移动聊天工具iMessage、视频通话服务FaceTime等。该公司已经在5月10日将诉状提交到了美国内华达州的一家联邦地方法庭,该公司认为,苹果的手机、平板以及笔记本电脑全面侵犯了这一专利,因此需要根据苹果这三大硬件的历史利润,以1.25%的专利费标准进行赔偿,一共为28.37亿美元。

VoIP-Pal公司曾经在2013年收购美国电信运营商Digifonica,在

相关材料中,该公司宣称是“宽带VoIP市场的领先者”。这家公司目前没有实体业务收入来源,不过该公司也强调自己并非行业内所称的“专利流氓”公司,这一类公司没有实体业务,就依靠专利授权和专利诉讼来取得收入。

今年以来,苹果已经在一些专利侵权诉讼中败诉,被迫进行经济赔偿。4月份,苹果语音助手工具Siri被法庭判决侵犯他人专利,苹果达成和解协议,将赔偿2500万美元。3月,德国一家法庭判决苹果多个产品侵犯了一家公司的网络电话专利。2月初,该法庭判决苹果的iMessage、FaceTime等聊天工具,侵犯了美国VimnetX控股公司的互联网安全技术专利,苹果需赔偿6.25亿美元。

(古晓宇)

# 专利筑基 亚元防伪步步为“赢”

■ 赵建国

贴上防伪码,一件产品就有了独一无二的“身份证”。杜邦、飞利浦、住友化工……消费者们也许不会注意到,这些世界500强企业的产品上使用的防伪码、防伪标志,以及部分世界知名金融机构使用的防伪纸张,都是来自同一家中国企业——海南亚元防伪科技有限公司。

“我们的防伪技术产品能‘走出去’,专利是最大的‘功臣’。”亚元防伪董事长陈明发说,亚元防伪是以专利起家的,也是凭借专利的力量参与国际市场竞争。

### 以专利求发展

走进亚元防伪的生产车间,在恒温恒湿又十分安静的车间流水线上,几乎看不到员工的身影。“这是我们的自动生产线,员工只需要在电脑屏幕上输入指令和监督数据就可以完成生产流程。”陈明发边说边从旁边拿起一段防伪纸的样品。这

种防伪纸上布满了细密的纹路和微小的各种符号。“别小看这张纸,这是最近我们专门为欧美客户定制的高端防伪纸。近十几年来我们一直在不断提高防伪产品的防伪性能,改进生产工艺,努力适应国内外客户和市场不断变化的防伪新需求。”陈明发说。

“与国外客户打交道,人家见面首先就问产品的专利情况,好在我们已经拥有中国专利300余件,还有数件在美国、俄罗斯、韩国等国家获权的专利,以此奠定了我们开拓国际市场的基础。”陈明发介绍说,企业目前在海外已经有了一批较为稳定的客户。他们之所以青睐亚元防伪的产品,在很大程度上是信赖其技术水平及良好信誉。

亚元防伪的专利产品先后获得国家重点新产品、海南省科技进步奖、第十四届中国专利优秀奖等荣誉称号。如今,这些专利产品在国内外得到广泛应用。亚

元防伪还通过了ISO9000质量体系认证,目前正在开展企业知识产权管理规范贯标工作,力求成为知识产权实力强大、善于创新、管理规范、技术领先的现代化创新型企业。

### 以创新作动力

员工人数不多的亚元防伪,拥有专利数量却不少。“我与发明创造有缘,近20年来,我个人拥有相关防伪技术专利200余件,亚元防伪就是我为专利产业化而创办的。”有人爱唱歌,有人爱跳舞,而陈明发唯一的爱好是发明创造。1995年,他发明的电码防伪,至今还有不少国内企业在使用。1998年他发明了纹理防伪技术(防伪纸),目前在国内外有数百家企业实施这一专利成果,累计创造经济效益80亿元。世界500强企业中,有20家使用这一专利防伪技术。

“作为一家科技型企业,亚元防伪坚

持两个创新,一是产品及工艺创新,始终将发明专利作为企业发展的重要依托;二是管理创新,以开拓创新来加快企业发展。”陈明说。

2012年,嗅到了互联网领域潜在商机的陈明发又投资成立了一家网络科技有限公司,着力打造移动互联网商品防伪技术及产品服务平台。“利用互联网发展防伪技术,可以将防伪技术与二维码、智能手机的应用相结合,为用户采集产品大数据,实现用户与厂家的互动。”陈明发说,结合互联网新技术,消费者查询商品真伪只需下载识别软件到手机上,然后扫描商品上的二维码就可知真假。目前,这种技术已在互联网领域实现应用。

“重视知识产权,运用知识产权,将其作为开拓市场、转型升级的法宝,是我创办企业多年来的收获。”陈明发始终认为,要成为一家世界强企,首先应成为知识产权强企,才能获得茁壮成长的正能量。