

编者按

越来越多的中企希望通过参加欧美国际性展会实现“走出去”,但是“走出去”谈何容易?不仅需要策展、布展,需要与与各国企业进行激烈竞争,而且要时刻提防“被侵权”。

以前,中企知识产权意识普遍薄弱,加之不了解国外法律法规,在海外参展时确实发生了一些侵犯知识产权的事件。随着中国实施知识产权发展战略,中企知识产权意识越来越强、投入的研发经费越来越

多,由于明显的外观侵权、专利侵权而与国外企业发生的纠纷越来越少,反而有不少国外企业利用知识产权“抹黑”中企,以攫取商业利益。

这是最好的时代,也是最坏的时代。

中小企业如何更好地出国参展?政府、民间组织又将如何帮助他们实现“走出去”、走得远?

本版撰文:本报记者 范丽敏 姜业宏

从个案中探究共性 助更多企业“走出去”

中国贸促会建立海外维权机制



“近年来,在海外参展时发生的所谓中企侵权事件,其实并不是真正的侵权,而是当地企业运用知识产权保护市场、将竞争对手排除出市场的一种手段。”中国贸促会法律事务部副部长刘超日前在接受《中国贸易报》记者采访时说,中国作为贸易大国,已经连续20多年成为遭遇贸易摩擦最多的国家。

刘超透露,中国贸促会法律事务部新组建近两年来,逐步建立了一套展出知识产权维护机制,正在探索一条从根本上解决知识产权纠纷和贸易摩擦的路径。

多种力量形成合力共同维权

对于近年来中企在CES(美国

国际消费电子产品展览会)上频繁遇到的参展问题,商务部和中国贸促会高度重视,将各大涉及知识产权的部门组织起来,专门形成了一套工作机制,为企业提供服务。

“早在2016年3月,美国国际贸易委员会就对带杆平衡车等发布了普遍排除令,我们通过发布知识产权纠纷预警通告的方式,及时将这一信息传达给企业,告诉他们不要带这些产品进入美国。对于已经将产品运送到美国的企业,我们建议不要进行现场展示。”中国贸促会知识产权服务中心副主任谭剑在接受《中国贸易报》记者采访时说,要帮助企业要避免在展会上发生侵权纠纷,提前预防非常必

要。如果发现问题之后再解决,往往会造成经济损失和负面影响。

为此,在中国贸促会法律事务部的支持下,中国贸促会知识产权服务中心组织贸促会专利商标事务所、北京市永新智财律师事务所共同编制了《中国贸促会知识产权中心—CES展知识产权工作指南》,在展前向组展单位和参展企业发放。该指南包括美国联邦及展会当地(内华达州)知识产权法律制度及规则介绍、展会知识产权纠纷案例及问答、展会商标侵权分析等内容。

“这是我们第一次编发展会知识产权工作指南,以便让企业更系统、更详细地了解美国的相关法律和案例。”谭剑说,此前,知识产权服务中心主要是通过口头的方式向企业传达参加展会时应该注意的事项,但是后来发现,由于种种原因,企业负责人经常忘记相关建议和提醒等,从而引起一些不必要的麻烦和损失。

谭剑告诉记者,参加CES展的企业多数是中小企业,虽然近年来企业的维权意识大大提高,但是由于费用等问题,即使发生知识产权纠纷,企业一般不会单独聘请律师,这时就需要中国贸促会把企业组织起来,帮助他们解决难题。

“为了及时帮助这些中小企业,我们建立了微信群,由专人负责,及时回复他们提出的难题。此

外,我们还邀请了5位美国律师为中国企业提供免费远程服务,只要中国企业在现场遇到问题,就可以向这些律师求助,他们会给予指导。”谭剑说。

商务部和中国贸促会派遣专家,聘请美国律师在CES现场为中国企业维权,和企业共同战斗在对外贸易的第一线。

北京市永新智财律师事务所主任、律师邵伟认为,商务部、中国贸促会和律所等多种力量联合起来,共同为企业编写展出知识产权工作指南、进行事前预警,到展会现场帮助企业维权,这是一种非常有益的工作机制

规范出口行为维护行业利益

2月20日,在中国贸促会法律事务部“境外展会知识产权工作”微信群里,众群友看到了这样一个通知:

“今年3月底将举办的德国汉诺威CeBIT展、4月将举办的德国汉诺威工博会,中国贸促会知识产权服务中心、企业权益保护中心等将去现场进行知识产权服务。对于上述展会知识产权纠纷多发领域、注意事项及往年发生的案例,如有相关意见请及时与我们沟通。”

在距离展会开幕还有1个月之时,中国贸促会知识产权服务中心、企业权益保护中心即开始向参展企业征求意见。

不了解国外法律法规,确实发生了一些侵犯知识产权的事件。”张力告诉记者,但是近年来,中企与国外企业发生的纠纷越来越少。

范维丹根据亲身经历总结说,目前,中企参展出现的主要问题是潜在的商标问题。比如,有些中企在展示广告机产品时借用可口可乐、乐高知名品牌广告做产品展示,认为这是免费给可口可乐宣传,“但这是不妥的。可口可乐公司、乐高公司会认为中企利用他们吸引观众的注意力,促销广告机。这些中企此前大多和可口可乐、乐高签署过一些服务协议,但是那些协议并不包括展会上的宣传,因此,中企一定要注意把握宣传界限,否则就会引起不必要的商标或版权侵权纠纷。”

对于近年来中企海外参展、开

也多认为中企存在过错。

事实上,常州菲思特公司在去美国参展前已经在中国申请了独轮平衡车专利,其美国专利也在申请当中。

国外“抹黑”中企新伎俩

在近年举办的德国展会上,外企利用知识产权打击竞争对手又出现了新“伎俩”。西麦克展览公司总经理张力在接受《中国贸易报》记者采访时说:“德国企业在展会开幕前就从主办方拿到中企参展名单,从网站上了解中企情况,锁定目标,申请临时禁令,到展会举办期间直接查封展品甚至展台。”

西麦克展览公司是中国最早做出展业务的公司之一。“以前,由于中企知识产权意识较弱,再加上

《CES2016上中国企业为何屡屡被查处》《CES展20多家中国企业因侵权、倒卖摊位被撤展》《欧司朗“突袭”中国馆查侵权 两中国企业被撤展》……

他人眼中的侵权“惯犯”

“我对参加2017CES(美国国际消费电子产品展览会)的中企印象非常好。”美国注册专利代理人范维丹在接受《中国贸易报》记者采访时忍不住赞美之情。她从2010年开始参加CES展,随着中企参展数量增多,质量也逐年提高,不仅展板所使用的英文越来越规范,展位越来越国际化,法律意识也越来越强。

范维丹作为此次商务部和中国贸促会聘请的美国律师,CES展期间全程跟随中企,服务中企。

警惕国外利用知识产权抹黑中企

拓市场时经常曝出的知识产权纠纷,中国贸促会法律事务部副部长刘超认为,不可否认,由于不了解国外法律法规要求、程序等,中企不可避免还会出现一些问题,但是,目前更多发的情况是国外企业利用知识产权抹黑中企,以达到保护其市场、排除竞争对手的目的,“我们一定要警惕这种趋势”。

据国家知识产权局统计,截至2016年底,我国国内发明专利拥有量达到110.3万件,首次突破100万件,我国是继美国和日本之后,世界上第三个国内发明专利拥有量超过百万件的国家。随着中国开始实施知识产权发展战略,中企知识产权意识越来越强、投入的研发经费越来越大。毫无疑问,中国已站在了世界知识产权舞台的中央。

中企CES维权之路:

“不是一个人在战斗”

“今年,我们参加CES(美国国际消费电子产品展览会)时心里非常踏实。”江苏常州菲思特国际贸易有限公司总经理蒋辉在接受《中国贸易报》记者采访时说,假如遇到麻烦,我们就会说“有事找我律师谈”。

蒋辉的底气,来自CES现场设立的中国参展企业知识产权服务站,中国贸促会贸易投资促进部、企业权益保护中心的代表和美国律师在此值班,免费为中国参展企业提供维权服务。

而在此前的2016CES展上,中国企业还是“单打独斗”,独自面对所有的不愉快。

“单打独斗”的日子不堪回首

2016年年初,蒋辉带着独轮平衡车到国外参展。展会第二天,警察闯进公司展位,拿着法院签发的临时禁令,封闭现场,拿走了所有样品。起因是一家名叫“未来行动”(Future Motion)的美国公司前一天指控菲思特的独轮车侵犯了他们的专利。

“我一下就懵了”。蒋辉说,他们此次带来的所有产品都是自己研发的,已经在中国获得专利,两个月前还在美国申请专利,怎么会被投诉专利侵权呢?

不仅是蒋辉,有着丰富经验的长城国际展览有限责任公司总经理程杨也懵了,菲思特是她组织来的参展商。“那段时间,我几乎没有睡过觉,真的是焦虑极了。”蒋辉说。

一时间,美国警察封闭中国展位、中企侵犯美国知识产权的新闻“满天飞”。除了菲思特之外,国内外媒体还报道称,在2016CES展上,来自中国深圳的攻峰数码科技有限公司也因涉嫌公司名与注册参展公司名不符而被主办方短暂关闭展位、连续约谈,并被要求重新缴纳1.6万美元展位费。甚至有中国参展企业反映,展会中有至少20多家中国企业因涉嫌倒卖摊位被查封。

CES展被公认为是全球消费电子产品的风向标,每年都会吸引来自世界100多个国家和地区的数千家企业参展。从2013年微软退出CES展之后,中国公司开始大举拿下其空出的展位,几大展厅入口最醒目的展位几乎被中国企业“承包”了。尤其是近两三年,1/3或更多的参展企业来自中国,因此业界称CES展最大的特点是“中国特色”。但是,伴随着CES展上中国企业的增多,有关中企侵犯专利权、商标权等被主办方约谈甚至被美国法院封闭展位的消息开始不绝于耳。

菲思特的展台被封闭之后,蒋辉犹如跳进了火坑。时至今日,他仍然不愿回忆那段经历。当时,蒋辉所在的公司没有法律顾问,他只能拼命地在当地寻找律师,并准备了厚达300页的应诉材料。当他准备上飞机去美国出庭时,代理律师一个电话打来,“对方撤诉了”。

中小企业期待海外维权基金

这种在展会上利用知识产权纷争对竞争对手先诉后撤的手段,对美方几乎没有影响。但对被诉者蒋辉所在的公司,影响却是巨大的。“除了20多万美元的律师费外,我们的直接损失达10多万美元,间接损失更是不可估量。”

这家只有33名员工的小企业,2014年开始投入数百万元进行研发,生产平衡车。2016年年初,当他将已经在中国申请专利的平衡车带到美国展会上时,没想到遭遇当头一棒。

“去美国展出前,我们准备了几千辆平衡车,当时想着展出后肯定会收到不少订单,现在却成为库存还停在仓库里。”蒋辉说。

但是,蒋辉不甘心,他没有做过侵犯知识产权的事情,又看好平衡车市场前景,2017年带着新研发的独轮平衡车再次参加CES展。

在此次展会上,菲思特展台风平浪静,不过,蒋辉却时刻准备迎接挑战。他说:“共同战斗,未来就没有什么好怕的。”

蒋辉告诉记者,企业在国外被诉侵权,如果选择维权,将面临高昂的维权成本。

“不少中小企业海外官司虽然打赢了,但是企业也快破产了。”蒋辉说,因此,在海外遭遇知识产权侵权后,大多数中国企业选择忍气吞声。

蒋辉呼吁,中国政府、行业组织等应该采取更多措施,比如设立海外维权专项基金、组建公职律师等,解除中小企业后顾之忧之忧,帮助他们进行海外维权。

海外参展有风险 专业顾问解疑惑

——访长城国际展览有限责任公司总经理程杨

“从绝对数量来看,近几年,中企海外参展遭遇知识产权纠纷的案例有所增加,但比例数据基本保持不变。”长城国际展览有限责任公司总经理程杨在接受《中国贸易报》记者采访时表示,“这透露出两方面信息,一是国内企业出展次数不断增加,走出国门的步伐加快;二是国外参展可能遭遇的知识产权纠纷一直客观存在,出展企业应多加重视。”

两种处境 一个态度

“目前,国内出展的电子、轻工类产品较容易遭遇知识产权纠纷。之前,主要纠纷类型为涉外观设计侵权,侵权产品的发现、认定都相对容易,如今,更多类似设计原理侵权的纠纷案例开始增加,侵权认定难度大大增加,纠纷趋于复杂化,也给参展企业带来了更大挑战。”程杨提醒道。

德国CeBIT(汉诺威国际信息及通讯技术博览会)、美国CES(美国国际消费电子产品展览会)当属同类展会的世界之最,我国企业也曾历届展会上多次遭遇知识产权纠纷。

在大型国际展会上,当地一般设有比较成熟的执法体系,一旦有权利人举报涉嫌侵权的产品,案件会被迅速处理。程杨举例说,在德国展会现场执法的是海关警察,处理方式一般是要求下架涉嫌侵权的产品、宣传资料等。

“与德国相比,美国执法部门实施的临时措施更为‘霸道’,美国权利人在向法院缴纳一定数额的保证金后即可申请临时措施,执法部门在展会现场可能直接收走全部展览产品甚至查封展台,出展企业面临的或许是完全丧失参展机会的重大损失。”程杨补充道,美国法院要求缴纳的保证金数额并不

高,这种做法有时会给当地企业恶意识识留下空间。

另一个趋势是,中国企业过去被指侵权的情况比较多,如今,也发生了不少中国企业的产品在国外被侵权的现象,有的是外观设计被模仿,有的是产品第一次境外参展后热销,继而专利在国外被抢注。

虽然出展产品侵权、被侵权都已成为企业走出国门不得不面对的难题,但在程杨看来,面对两种不同的处境,国内企业的态度似乎是一样的——能避则避,忍气吞声。“国内企业被指侵权,很少主动应对。发现别人侵犯自己权利而主动维权的,更是少之又少。”

顾问介入“化敌为友”

“境外参展企业以中小企业居多,他们无精力、无财力应对海外诉讼,更别提发起诉讼了,这是客观现状。”程杨表示,如何帮助企业

维权、支持企业发声是组展单位应该加强的工作,也需要政府相关部门予以支持。

长城国际展览公司就是在长期探索中找到了应对之策。

程杨给跟随参加德国纽伦堡博览物的所有企业聘请了一名在德国当地长期从事相关行业的顾问,“我交给德国顾问两项任务,一是宣传中国优质的供应商群,二是在中国参展企业遭遇纠纷的第一时间出面协调”。如此一来,以长城国际展览公司为代表的出展企业不必再单独应对国外企业、律师、执法部门等一系列挑战。“企业有问题先找公司,再由当地顾问出面解决,既提高了解决问题的效率,又增加了企业的自信心和归属感。”

在行业顾问的协调下,长城国际展览公司还帮助参展企业达成了一次“化敌为友”的国际合作。曾有一家意大利公司起诉中国企

业的塑料制品外观侵权,过去,中国企业只有两种选择,或者应诉,或者直接赔偿。有趣的是,在公司顾问的沟通下,意大利公司认可中国产品的质优价美,中国公司也承认确有侵权之嫌,“既然互相认可,为什么不互利共赢呢?”最终,双方非但没有对簿公堂,反而达成了合作协议,由意大利公司授权中国企业使用其外观设计专利并成为其供货商。

“组展公司做好配套服务确实非常必要,但也应看到,组展公司规模、资质不一,很难要求面面俱到。”程杨建议,对于某些规模大、热度高、案件多发的大型国际展会,商务部、中国贸促会等关系密切的政府部门能获得最全面的信息,可以在展前有目的地做一些培训、预警工作,并在展会现场设置办事处、咨询处等,让国内企业有组织、有依靠,能够理直气壮地应对境外纠纷。