

2018年我国发明专利授权量排名前3位的国内企业依次为:华为、中国石化、欧珀移动

国内企业创新主体地位进一步提升

■ 本报记者 范丽敏 实习记者 刘明珊

“我国主要知识产权指标稳中有进,知识产权综合实力再上新台阶。”在国家知识产权局1月10日召开的2018年主要工作统计数据及有关情况新闻发布会上,国家知识产权局新闻发言人胡文辉表示,去年,在专利申请授权、商标注册申请、地理标志保护、集成电路布图设计以及知识产权保护和运用几个方面分别取得了不同程度的进步,各类案件的审查周期也相应缩短。

数据显示,2018年,我国发明专利申请量为154.2万件,共授权发明专利43.2万件,拥有量(不含港澳台)共计160.2万件,国内发明专利授权量和拥有量分别较上年同期增长5.8%和17.6%。其中,我国发明专利授权量排名前3位的国内(不含港澳台)企业依次为:华为技术有限公司(3369件)、中国石油化工股份有限公司(2849件)和广东欧珀移动通信有限公司(2345件)。

在数量提升的同时,我国发明专利质量呈现出现稳中向好态势。据胡

文辉介绍,2018年,我国国内发明专利授权平均权利要求项数为8.3项,较2017年提高0.3项;截至2018年底,我国国内有效发明专利平均维持年限为6.4年,较2017年增长0.2年,表明国内发明专利质量稳中有进。

其中,国内企业创新主体地位进一步提升。统计数据显示,2018年,我国有专利申请企业较上年新增6万家,对国内发明专利申请增长的贡献率达到73.2%。企业在国内发明专利申请中所占比重为64.3%,较上年提高1.1个百分点。国内企业有效发明专利5年以上维持率达74%,较2017年提升3.1个百分点。

非本国居民知识产权申请数量是反映一个国家知识产权保护水平与营商环境的“风向标”和“晴雨表”。据国家知识产权局战略规划司司长毕国钧介绍,2018年,国外在华发明专利申请量达到148万件,较上年增长9.1%,实现“十三五”以来最快增速;国外在华商标注册量为24.4万件,较上年增长

16.5%,呈现较快增长。

“国外在华知识产权申请量的持续增长,显示了外国企业对我国知识产权保护环境的认可和信心。”毕国钧说。

“这是因为我国知识产权制度建设日益完善,知识产权保护力度不断加大,营造了良好的营商环境,为国际企业在华的知识产权提供了有效保障,极大促进了中外技术交流合作。”北京市君祥律师事务所律师北斗在接受《中国贸易报》记者采访时说,知识产权申请人在申请时,其主要考虑知识产权申请效率,后期保护力度等问题,非本国居民在华发明专利快速增长,体现了我国知识产权立法执法司法方面的进步,是我国市场经济法制化运行的重要体现。

此外,2018年我国知识产权使用费进出口总额超过350亿美元。这表明知识产权事业发展进入新时代以来,知识产权制度建设日益完善,知识产权保护力度不断加大,营

造了良好的营商环境,为国际企业在华的知识产权提供了有效保障,极大地促进了中外技术交流合作。

我国企业海外知识产权布局意识不断加强。2018年,提交PCT国际专利申请100件以上的国内企业达到58家,较2017年增加14家。我国申请人马德里商标国际注册有效量同比增长23.5%,我国申请人提交的马德里商标申请数量在马德里联盟中排名第三。

去年年底,《专利法修正案(草案)》已通过国务院常委会审议,并由第十三届全国人大常委会第七次会议进行了第一次审议。目前,草案已经正式公开征求意见。据国家知识产权局条法司副司长何越峰介绍,本次修改的专利法完善专利授权制度,包括优化审查制度,新增外观设计本国优先权、将外观设计专利保护期限从10年延长至15年、完善了专利权评价报告制度等。《专利法修正案(草案)》强化了专利保护,包括提高侵权违法成

本,加大赔偿力度,新增对严重故意侵权行为的惩罚性赔偿,并提高法定赔偿额;减轻权利人主张赔偿时的举证负担;加强网络环境下的专利保护;新增申请专利和行使专利权应当遵循诚实信用原则等。值得关注的是,《专利法修正案(草案)》强化了专利运用,包括加强专利信息公共服务体系建设,新增专利开放许可制度等。此外,还对部分条文进行了完善和适应性修改。

“为提高知识产权质量,国家知识产权局采取了多项措施,严厉打击非正常专利申请和商标囤积、恶意注册行为。”胡文辉表示,国家知识产权局将推动《关于对知识产权(专利)领域严重失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》尽快落地实施,对非正常申请专利等行为的主体实施者进行联合惩戒,推动将商标、地理标志等领域的严重失信行为也纳入到知识产权信用信息的目录当中,为提高知识产权质量构建坚实的制度保障。

▼法律干线

恶意抢注商标频现 企业打响“保卫战”

本报讯 近几年来,代表性的商标侵权案不时见诸媒体,这些案件要么涉及金额巨大、要么历时长久,对企业的品牌和经营造成了深远而重大的影响。

为了防止商标被恶意抢注及被山寨,很多知名企业使出了浑身解数,注册成百上千种防御性商标。对此,北京志霖律师事务所副主任、中国政法大学知识产权中心研究员赵占领表示,形成这种现象的原因较复杂,第一,在商标的审查中,由于每年商标审查的量太大,又受限于商标审查人各方面的能力;第二,商标的抢注本身是一门生意,注册的成本很低,但通过转让或者其他方式获得的利益却很大;第三,我国现行法律对恶意注册商标的界定存在模糊地带。

“我国目前商标行业现状是‘注册量大,使用率低’,而这源于

那些商标抢注囤积的行为。”中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧认为。

虽然企业商标被侵权,可以通过法律渠道维权,但是很多案件涉及金额巨大、历时长久,一旦陷入商标纠纷的泥潭,企业的品牌建设就会受到影响,致使企业处于被动和负面影响的局面,不利于长远发展。因此,防御性商标便成为许多企业的选择。为了保护企业商标,许多知名企业纷纷注册各色的防御性商标。“大白兔”奶糖的生产厂家,注册了“大灰兔”“大黑兔”“大花兔”等近似商标;小米公司注册了“大米”“蓝米”“黑米”“紫米”“橙米”等商标;阿里巴巴则拥有“阿里爷爷”“阿里奶奶”“阿里叔叔”“阿里姐姐”“阿里妹妹”“阿里哥哥”“阿里弟弟”“阿里宝宝”等“阿里系”商标家族。(王华月)

视频广告被过滤 腾讯获赔189万元

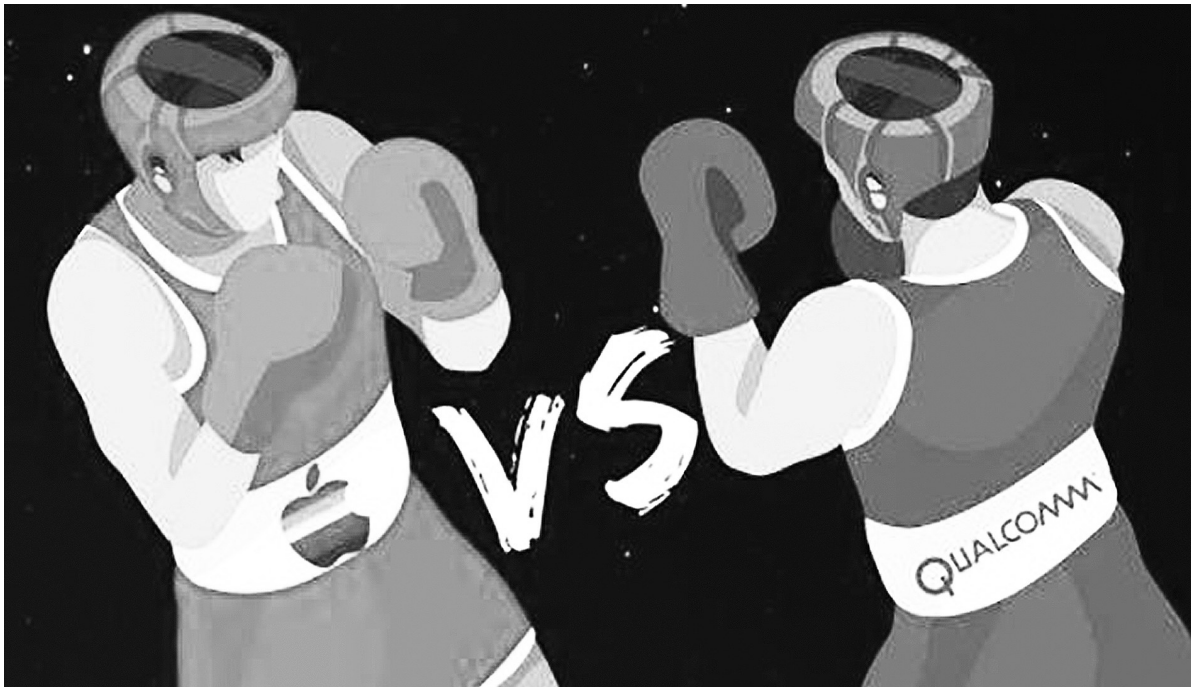
本报讯 日前,腾讯公司与世界星辉公司不正当竞争纠纷一案尘埃落定。北京知产法院终审认定,“世界之窗浏览器”过滤广告功能违反了《反不正当竞争法》规定,判决世界星辉公司赔偿腾讯公司经济损失及合理支出189万余元。

腾讯公司一诉称,其系“腾讯视频”网站的合法经营者。“世界之窗浏览器”软件系世界星辉公司开发经营,该浏览器设置有广告过滤功能,用户使用该功能后可以有效过滤“腾讯视频”网站在播放影片时的片头广告和暂停广告。被诉行为使得腾讯公司不能从腾讯视频网站影片的片头及暂停视频时的广告中获取直接收益,使腾讯公司遭受了重大经济损失,违反了《反不正当竞争法》第二条规定的诚实信用原则及公认的商业道德。腾讯公司请求法院判令世界星辉公司赔偿腾讯公司经济损失

480万元、律师费19.6万元以及公证费4000元。

一审法院经审理认为,被诉行为不针对特定的视频经营者,广告过滤功能也属于行业惯例,网络用户对浏览器广告过滤功能的使用,虽造成广告被浏览次数的减少,但此种减少并不构成法律应予救济的“实际损害”,只损害竞争对手的部分利益,影响部分网络用户的选择,还达不到特定的、影响其生存的程度,不存在对市场的干扰、构不成对腾讯公司利益的根本损害。据此,一审法院认定被诉行为未违反《反不正当竞争法》第二条的规定,驳回了腾讯公司的全部诉讼请求。

腾讯公司不服一审判决,向北京知产法院提起上诉。北京知产法院对该案进行了改判,判决世界星辉公司赔偿腾讯公司经济损失及合理支出189万余元。(殷重合)



日前,苹果首席执行官库克接受媒体采访时,透露了与高通公司法律纠纷的一些细节。尽管存在和解谈判的传言,库克表示自去年第三季度以来,苹果公司尚未与高通公司进行任何和解讨论。(吴越至)

五招助跨境电商避免侵权

■ 本报记者 钱颜

1月1日,《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》等我国一系列涉及跨境电商零售进口的法规纷纷开始实施。跨境电商零售进口给予电商商家一个打破地域限制、让国外商品进入国内市场的窗口,电商商家能否绕开知识产权权利人相关权利在特定地域范围内享有专有权利的限制?

汇业律师事务所合伙人潘志成表示,我们在很多案例中能见到,许多平行进口商在销售平行进口的正品商品时,大肆使用商品之上的商标,其使用方式与品牌商家自身的使用完全相同,这种使用方式可能就会超出正当使用范围,构成商标侵权。

潘志成建议,跨境电商在使用平行进口商品之上的商标时,应注意如下合规提示和建议:

第一,跨境电商应明确告知消费者其所销售商品为跨境电商零售

进口商品(跨境电商平行进口商品),告知消费者其所销售商品在质量、标准、标识以及维修、退换货等售后服务方面,与非跨境电商零售进口商品(非平行进口商品)可能存在的差别;同时跨境电商平台企业如果同时有跨境电商和非跨境电商(国内电商)入驻,还应分别建立相互独立的区块或频道,分别为跨境电商零售进口商品和非跨境商品提供平台服务,或者以明显标识对跨境电商零售进口商品或非跨境商品予以区分,避免误导消费者。

第二,跨境电商应在电商主页面等合理位置使用自己的商号或企业名称,应主动避让其零售进口商品之上的商标权利,避免消费者将电商和商品之上商标的权利人混淆,即让消费者可以知晓跨境电商零售进口商品的经营者并非商品品牌的权利人。

第三,跨境电商应仅为说明其

所销售商品来源、或者仅为指示用途目的使用其零售进口商品之上的商标,举例而言,对于特定外文文字商标(知名品牌)的使用,应在描述跨境电商所销售商品来源或用途时使用该文字商标,而非作为电商页面的图案、装饰使用。

第四,跨境电商应避免单独、突出地使用商品之上的商标,尤其是应避免在电商主页面以及各种类型的横幅广告、擎天柱广告、弹出广告中单独、或者用不同字体大小、不同颜色突出使用跨境电商零售进口商品之上的商标。

第五,跨境电商应避免整体、全面地使用其零售进口商品之上的商标,尤其是应避免与知名品牌自身所经营的官方电商页面中对商标的使用方式应相同;需注意全面使用可构成超越正当使用范围、导致消费者混淆的重要证据。

2018 中企在美获专利数创新高

本报讯 去年,美国专利及商标局公布的专利数量总体呈下滑之势,而中国企业却逆市增长,获得的美国专利数量创下新高。中国(大陆)也成为去年唯一——一个企业在美获得技术专利数量增加的国家/地区。

据外媒日前报道,美国专利数据调查机构“IFI Claims Patent Services”发布的2018年趋势与洞察报告显示,中国企业去年在美获得专利12589项,比2017年增长12%。

根据报告数据,2018年美国专利及商标局授予专利总数为308853项,相比2017年下降了3.5%。其中,美国仍具主导地位,其专利项目占总数的46%,中国仅为4%。

不过,中国是去年唯一一个企业在美国获得技术专利数量增加的国家/地区。

2018年,中国再度成为全球获得美国专利最多的5大国家之一,位列美国、日本、韩国、德国之后。榜单中,中国台湾地区位列第六,法国、英国、加拿大紧随其后。

IFI高级分析师拉里·卡迪(Larry Cady)表示,就获得美国官方承认的公司知识产权而言,中国有望超越德国,明年这种反超可能就会出现。

有媒体指出,中国作为世界第二大经济体,已投入数十亿美元用于人工智能、量子计算和生物技术等关键技术领域的研究。专利申请数量的稳步增长表明,中国企业也正在开发自己的核心技术。

据了解,中国企业所获得的专利大多数集中在高科技行业,例如数字数据处理与传输、半导体与无线通信等。成长迅速的行业包括3D处理、机器学习以及无人机等,目前有许多中国企业都在这些领域进行投资。

在移动通信等市场,积累大量专利已成为一种关键的竞争武器,这为华为等公司提供了抵御竞争对手法律攻击所需的资本。卡迪认为:“拥有强有力的专利组合将加强他们的谈判地位”。

卡迪还表示,中国在美国获得专利数量的增加不太可能因两国间紧张的关系而中断,因为中国企业仍需保护自身的技术不被其他国家模仿。(王恺雯)

▼贸易预警

阿根廷对华传送带启动反倾销调查

日前,阿根廷生产和劳工部发布决议,决定启动对我国硫化橡胶传送带反倾销日落合并情势变迁复审调查。

请涉案企业根据调查机关要求完整填写答卷,并于收到问卷时起30日内将问卷提交至阿方,提交证明材料的关门时间为初裁公布后10个工作日。应诉材料应于2019年2月26日前提交给阿调查机关。答卷和相关证据需经阿国家注册翻译员译为西班牙语,并由阿驻华使领馆认证。参与调查的相关利益方还应随材料附上证明其签字权资格的认证文件。

美企对我皮卡车折叠盖板提起“337调查”申请

近日,美国Extang公司和Laurmark公司(经营名称为“BAK Industries”)依据《美国1930年关税法》第337节规定向美国国际贸易委员会(ITC)提出申请,指控对美出口、在美进口或在美销售的皮卡车折叠盖板产品(Certain Pickup Truck Folding Bed Cover Systems and Components Thereof)侵犯其专利权和商标权,请求ITC发起“337调查”并发布普遍排除令或者有限排除令和禁止令。温州高唯五金制品有限公司、宁波华钿越野汽车用品有限公司和常州盛沃国际贸易有限公司被列为被告。(本报综合报道)

中国网民付费意愿增强 内容为王时代更重版权保护

曾经习惯于享用免费网络资源的中国网民,越来越多地转向愿意付费。

记者从近日举行的粤港澳大湾区版权产业高峰论坛上获悉,多个互联网产业的版权付费都在显著增加。据网络版权产业研究基地秘书长张钦坤介绍,中国网络视频用户付费市场规模较去年同比增长迅猛,一些视频网站的版权付费收入已超过广告收入,例如,腾讯视频付费会员数已达8200万,同比增长79%;爱奇艺付费会员数达8070万,同比增长89%;网络音乐付费用户增长近50%,付费率约4%;网络文学付费率约5%,人均月付费约30元。

据统计,2013年至2017年,我国版权产业的行业增加值已从42725.93亿元增长至60810.92亿元人民币,5年间产业规模增长了42%,在国民经济中的比重从7.27%提至7.35%;尤其是以数字信息技

术、移动游戏、网络视听等为代表的核心版权产业增长迅速,对推动我国经济高质量发展作出积极贡献。

显然,网络版权产业的快速发展最为引人注目。国家版权局网络版权产业研究基地发布的《中国网络版权产业发展报告(2018)》显示,2017年中国网络版权产业的市场规模为6365亿元,较2016年增长27.2%。其中,中国网络版权产业用户付费规模为3184亿元,占比规模突破50%。

“音乐、游戏等各个细分领域的版权销售额已经远远超过实体版权部分。”腾讯研究院院长司晓说。这表明我们的内容产业正在由线下模式转变为线上模式的趋势越来越明显,在大数据、人工智能、虚拟和增强现实新的技术方式驱动下,“我们的版权产业有着越来越多的新空间。”

这些新空间包括:业界在用大数据的分析技术,使内容生产者可

以对用户的口味和偏好有了更加精准的了解,做出用户更加喜欢的内容。很多作者进行创作的时候,也是每天每个章节地更新,和用户发生了大量的互动,已经变成和数字内容消费者一起在进行创作的形态。

就连曾经主要依靠打赏的网络直播,都有了收入转向版权的趋势。欢聚时代副总裁齐守明说,2016年被称为直播的元年,资本大量涌入,包括BAT也进场,但仅仅用了两年的时间,这一盛况就不复存在,现在存活下来的直播平台可能已经不超过100家。

在他看来,能够存活下来的企业有三个能力:一是优质内容的制作和传播能力;二是出海能力;三是生态链的协同能力。“之前讲流量为王,是指我们在人口红利的阶段,但是这个时代已经过去了。”齐守明说,如今是内容为王,即要打造优质的内容,吸引用户不离开我们的平

台,优质内容已成为直播行业的核心竞争力。

对于内容的重视,意味着版权保护也将成为直播行业未来的主题之一。音乐行业则更是如此。版权之于数字音乐的重要性早在多年前就已引起社会广泛关注。

腾讯音乐集团版权法务总监黄洁说:“5年前或者说更早时候,说到音乐产业,最大的话题就是中国到处都是盗版,2008年有报告说中国的数字音乐99%以上都是盗版,2018年则有报告说中国的数字音乐已经达到96%以上的正版率。这得益于国家版权局非常大力度的政策支持以及行业的共同努力,达到今天这样良好的版权使用秩序。”

版权保护的良好效果,给音乐行业产值带来了重大利好。相关统计显示,音乐行业产值自1999年达至巅峰后开始一直下降,到2015年后又开始持续上涨。嗅觉最为灵敏

的资本市场也迅速跟进,就在刚刚过去的2018年最后两个月,网易云于11月获得7亿元的融资,腾讯音乐于12月12日在纽交所上市。

黄洁表示,最怕、最担心的是盗版卷土重来,盗版的环境是不公平的竞争环境,不管是商业模式还是产品创新,都没有办法在盗版环境中开展。据介绍,他们自制推出的某专辑,一周之内达到150万的销量,销售额是1500万元,“如果有盗版的话,这个销量是卖不出去的,甚至有可能一张都卖不出去,但是如果我们一起起诉盗版者,可能一首歌也就只能获赔3000元,由此获得的赔偿和受到的伤害是不对等的。”

黄洁认为,需要一个完善的著作权集体管理组织,尤其要加强权利人和使用者的参与,“国外的集体管理组织都是有权利人和使用者参与,有公平公开的监督管理体制”。(张维)