

人工智能大语言模型在专利申请审查意见答复中的运用

■ 周磊

随着人工智能(AI)技术的快速发展,AI大语言模型正以前所未有的速度渗透进专利代理行业。在审查意见答复业务中,越来越多的从业者开始尝试借助AI提升工作效率。例如,在理解审查意见时,可以利用AI的自然语言处理能力快速拆解审查意见通知书的逻辑框架,辅助代理人精准捕捉审查要点;在构思答复策略时,可以借助AI进行发散性思考,拓展论证思路。然而,AI固有的逻辑黑箱特性和AI幻觉,也给严谨的法律实务带来了不容忽视的风险。

可以从2025年度专利复审无效典型案例10——“一种钨钴合金的金相制备方法”发明专利申请复审请求案(案件编号:1F490428)分析出AI大语言模型在审查意见答复中的能力边界。以及如何高效合规地将其作为辅助工具加以运用。

在“一种钨钴合金的金相制备方法”复审请求案中,复审请求人在答复复审通知书时认为,对比文件1的样品为钨镍铁合金,而本申请为钨钴合金,二者成分、性能及金相均不同,因而不能将对比文件1公开的方法简单地用于钨钴合金。复审请求人还展示了AI的搜索结果,用以证明将钨镍铁合金的金相制备方法用于钨钴合金是非显而易见的。

合议组则认定,金相制备方法具有通用性,对比文件1的方法适用于密度大、强度高的钨合金,钨钴合金同属此类,本领域技术人员容易想到将其用于钨钴合金,无需创造性劳动。据此,合议组维持了驳回决定。

针对复审请求人所展示的AI搜索结果,合议组认为,AI给出的建议,受提问方式、算法、搜索来源和大数据模型等条件的限制,仅能作为参考,不能作为创造性评判标准。合议组还在AI软件中搜索得到相反结论,进一步印证AI可以展示有关原理的知识,并不能可靠地判断创造性的有无。

上述案例清晰反映出AI大语言模型在审查意见答复中存在以下能力边界。

一方面,AI大语言模型无法客观还原“现有技术”与“所属领域技术人员”。根据《专利法》第二十二条第五款,现有技术是指申请日(有优先权的,指优先权日)以前在国内外为公众所知的技术。申请日之后公开的内容不属于现有技术。现有技术是判断专利申请是否具有新颖性和创造性的客观依据。

根据《专利审查指南》第二部分第四章第2.4节,所属技术领域的技术人员(亦称“本领域的技术人员”)是指一种假设的“人”,假定他知晓申请日或者优先权日之前发明所属技术领域所有的普通技术知识,能够获知该领域中所有的现有技术,并且具有应用该日期之前常规实验手段的能力,但他不具有创造能力。如果所要解决的技术问题能够促使本领域的技术人员在其他技术领域寻找技术手段,他也应具有从该其他技术领域中获知该申请日或优先权日之前的相关现有技术、普通技术知识和常规实验手段的能力。发明是否具备创造性,应当基于所属技术领域的技术人员的能力和知识进行评价。设定“所属技术领域的技术人员”这一概念的目的,在于统一审查标准,尽量避免审查员主观因素的影响。

正如本案复审决定所指出的,受数据来源、算法模型、训练精度、提问方式等多种因素的影响,AI大语言模型尚无法客观还原《专利法》意义上的现有技术,也无法准确反映所属领域技术人员在申请日时的认知水平。因此,AI生成的分析不能代表法律拟制主体的真实能力,其得出的技术结论往往脱离实际。

另一方面,AI大语言模型输出结果缺乏确定性与稳定性。

合议组在本案审理中进一步测试发现,以实质相同的问题提问不同的AI模

型,会得到不同的结论。这一现象进一步验证了AI大语言模型输出结果的不尽可靠。这种输出的随机性与不可复现性,决定了AI答复缺乏应有的严谨性,不具备作为法律论证基石的可靠性。基于此,合议组认定,AI大语言模型给出的答复仅能作为参考,不能作为创造性评判的直接依据,亦不能据此得出法律适用的结论。

尽管AI大语言模型存在上述能力边界,这并不影响其作为信息检索与思路启发工具的重要价值。在充分认识其能力局限的前提下,专利代理师可以更合理地运用AI,从而在审查意见答复中快速理解技术方案、拆解审查意见,并形成适当的答复思路。

由于AI大语言模型无法客观还原《专利法》意义上的现有技术,在使用AI进行技术事实查证时,必须对其输出内容进行严格的人工核实。若通过AI引导能够定位至教科书、工具书等客观证据,则可直接基于这些客观证据构建答复策略。AI仅是技术事实查证的工具,其使用本身并不会增强客观证据的证明效力,因此在意见陈述中无需强调AI的参与过程。

专利审查中的法律适用,是以《专利

法》《专利法实施细则》及《专利审查指南》为依据,站位所属领域技术人员的视角,准确认定申请人的技术贡献及其发明创造是否符合专利授权条件的过程。鉴于AI大语言模型无法客观还原所属领域技术人员在申请日时的认知水平,AI不能替代专业法律人员做出法律判断,其提供的法律适用意见仅可作为参考。在法律适用过程中,不应强调某一观点是由AI输出的以试图增强其说服力。专利代理师应尽可能依托申请日前的客观证据,以所属领域技术人员的站位,判断现有技术状态及其中是否存在技术启示。

AI大语言模型在审查意见答复中具有显著的工具价值,可辅助技术理解、信息检索与思路拓展。通过对“一种钨钴合金的金相制备方法”复审请求案的分析,可知专利代理师应理性看待AI的辅助作用,在使用AI输出结果时坚持人工核实,在法律适用环节回归专利法规范框架,以专业判断为核心。唯有在充分认识AI能力边界的前提下善加利用,方能实现专利代理师与AI协同的良性效果。

(作者单位:中国贸促会专利商标事

务所)



人工智能拟人化互动服务管理新规施行

■ 郭倩

国家网信办、国家发展改革委、工业和信息化部等五部门联合公布的《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》(以下简称《办法》)将施行。《办法》旨在促进人工智能拟人化互动服务(以下简称“拟人化互动服务”)健康发展和规范应用,维护国家和社会公共利益,保护公民、法人和其他组织的合法权益。

从智能客服到心理疗愈,从适幼照顾到适老陪伴,拟人化互动服务通过模拟自然人人格特征、思维模式和沟通风格的持续性的情感互动,在多个领域展现出巨大的应用潜力,但用户情感依赖等深层次风险也逐步凸显,规范治理需求日益迫切。

专家表示,《办法》通过划定拟人化互动服务的安全底线,在现有法律法规体系框架下进一步明确了服务的总体原则、具体服务规范、监督检查机制及相关

主体的法律责任,是促进该领域健康有序发展的重要制度保障。

《办法》提出,鼓励拟人化互动服务创新发展,支持算法、框架、芯片等技术的自主创新,推进拟人化互动服务技术研发和相关标准建设,探索开展电子签名授权应用研究;鼓励拟人化互动服务提供者有序拓展文化传播、适幼照护、适老陪伴、特殊人群支持等领域应用;明确加强拟人化互动服务安全知识、法律法规等宣传普及,引导社会公众科学、文明、安全、依法使用,促进提升人工智能素养。

《办法》明确,提供拟人化互动服务,应当遵守法律、行政法规,尊重社会公德和伦理道德,不得从事以下活动:一是生成危害国家安全、荣誉和利益,煽动颠覆国家政权、推翻社会主义制度,煽动分裂国家、破坏国家统一的内

容。二是生成鼓励、美化、暗示自残自杀等损害用户身体健康,或者语言暴力等损害用户人格尊严与心理健康的内容。三是生成诱导、套取国家秘密、工作秘密、商业秘密、个人隐私和个人信息的内容。四是向未成年人用户生成可能引发未成年人模仿不安全行为、产生极端情绪、诱导未成年人不良嗜好等可能影响未成年人身心健康的内容。五是过度迎合用户、诱导情感依赖或者沉迷,损害用户真实人际关系的内容。六是通过情感操纵等方式,诱导用户作出不合理决策,损害用户合法权益,以及其他违反法律、行政法规和国家有关规定的活动。

《办法》还规定了安全评估、算法备案、指导推动人工智能沙箱安全服务平台建设等制度。

西南政法大学人工智能法学院院长

陈亮认为,《办法》带来的不仅是合规义务,更是倒逼行业转型升级的重要契机。立法促使企业从追求极致的沉浸体验与高度的用户黏性,转向探索健康、有益、有边界的人机交互新模式,这最终将推动资源流向真正具有社会价值、符合发展治理规范的应用创新,激励人工智能产业健康有序发展。

中国电子标准化研究院副院长范科峰表示,下一步,还需进一步细化监管措施,加强跨部门协同,推动配套标准规范制定,强化行业自律,推动形成多元治理格局。同时,持续关注技术快速发展带来的新型安全风险,鼓励拟人化互动服务提供者运用人工智能沙箱平台进行技术创新、测试评估,动态完善治理规则,确保拟人化互动服务始终沿着“智能向善、以人为本”的方向发展。

(来源:经济参考报)

欧盟对实心玻璃珠发起反倾销调查

欧盟委员会日前发布公告称,应9家欧盟实心玻璃微球生产商于2026年6月2日提出的申请,对原产于中国的实心玻璃珠发起反倾销调查。涉案产品为直径不超过2毫米的实心玻璃珠,表面无论是否涂覆,不论预期用途或生产工艺。

美国作出硬木装饰胶合板“双反”终裁

美国商务部日前发布公告称,对进口自中国、印度尼西亚和越南的硬木装饰胶合板作出反倾销终裁,因中国企业未参与应诉,裁定中国生产商/出口商倾销幅度为187.27%(抵消补贴后的保证金调整为185.96%);印度尼西亚出口商/生产商倾销幅度为84.94%(抵消补贴后的保证金为84.94%)等。

秘鲁对热轧碳钢管作出反倾销终裁

秘鲁国家竞争和知识产权保护局倾销、补贴和消除非关税贸易壁垒委员会近日在官方日报《秘鲁人报》发布公告称,对原产于中国的用于钢结构的热轧碳钢管作出反倾销肯定性终裁,决定征收为期五年的反倾销税,税额为49.2美元/吨至193.6美元/吨。涉案产品为厚度介于1.3毫米至12毫米、长度介于5.8米至12米的圆形、方形和矩形热轧碳钢管。

阿根廷对风塔启动反倾销调查

阿根廷经济部日前发布公告称,应阿根廷生产商申请,对原产于中国的钢制工业风塔及其零部件启动反倾销调查。本案倾销调查期为2025年3月至2026年2月,损害调查期为2023全年、2024全年、2025全年和2026年1月至2月。涉案产品为风塔塔筒(锥形或非锥形)及其零部件,塔筒高度不低于50米(测量基准为塔筒底部至机舱底座),产品可单独或配套风力发电机组(风力发电机)呈现。

美国对晶体硅光伏电池发起反规避调查

应美国国内企业日前发起的反规避调查,审查是否存在以下两种规避美国反倾销和反补贴税令的行为:中国产零部件在埃塞俄比亚完成光伏电池及组件组装,并经埃塞俄比亚出口至美国;中国产零部件在埃塞俄比亚完成光伏电池组装后出口至越南,并在越南完成组件组装,经由越南出口至美国。

南非对进口钢铁冷轧产品发起保障措施调查

WTO保障措施委员会近日发布南非代表团于2026年7月14日提交的保障措施通报。2026年7月10日,南非国际贸易管理委员会发布公告,应南非生产商申请,对进口钢铁冷轧产品发起保障措施调查。涉案产品为铁、非合金钢或其他合金钢(不锈钢除外)的扁平轧材,无论是否成卷(包括定尺切割产品和“窄带”),未经进一步加工、仅经冷轧(冷减),未包覆、镀层或涂层。(本报综合报道)

商标使用划红线 金融营销设阀门

■ 王国浩

任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意,不得使用“金融”“证券”“保险”等涉金融属性字样的商标;金融管理部门会同知识产权管理部门、市场监管部门加强在商标中使用涉及本领域字样的监测和管理……为规范金融产品网络营销活动,保障金融消费者和投资者合法权益,促进互联网金融业务健康有序发展,中国人民银行等8部门前不久制定了《金融产品网络营销管理办法》(以下简称《办法》),《办法》将于今年9月30日起实施。

作为我国首部专门针对金融产品网络营销活动的综合性部门规章,《办法》全文共七章三十九条,围绕营销资质、营销内容与行为、金融机构与第三方互联网平台合作等维度构建了系统化的监管框架。其中,第十九条对包含涉金融属性资源的商标使用作出限制,第三十条则确立了多部门协同监管机制,将商标监管深度

嵌入金融治理体系,知识产权保护与金融产品网络营销管理实现制度性融合。

“近年来,国家知识产权局大力推动知识产权金融工作,知识产权融资租赁、信托、质押融资、证券化、保险等产业发展迅速,知识产权与金融产品营销结合越来越紧密。由于知识产权具有一定的专业性和复杂性,需要国家知识产权局参与加强知识产权金融产品网络营销管理。”中国科学院科技战略咨询研究院研究员、博士生导师宋河发在接受采访时表示,知识产权金融是金融的重要组成部分,加强金融网络营销监管必须加强知识产权金融营销的监管。

“知识产权管理部门深度参与《办法》的制定,将知识产权治理深度嵌入金融监管框架,体现出从标识源头切断非法金融营销传播路径的制度安排。”对外经济贸易大学法学院教授、博士生导师卢海君在接受采访时表示,金

融持牌经营是行业底线,而商标等商业标识是公众识别金融服务的第一触点,《办法》将知识产权与金融监管制度相融合,能够将持牌资质要求传导至商业标识注册、使用全链条,填补过往监管缝隙,推动跨部门协同治理走向常态化,是构建多元共治金融治理体系的重要举措。

《办法》第十九条对包含涉金融属性字样的商标使用作出限制,明确规定任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意,不得使用包含“金融”“融资”“银行”“交易所”“资产管理”“基金”“证券”“保险”“信托”等涉金融属性字样的商标,但商标整体具有其他含义、不易使金融消费者和投资者对其金融业务资质产生误认的除外。

“在算法推荐、直播、短视频等新型营销模式中,账号名称、商标标识是用户感知的核心信息,也是非法机构误导公众的主要载

体。《办法》主动适配网络营销的传播特性,从商标使用源头进行规范,在营销传播源头设置了资质‘过滤网’,强化持牌经营的刚性约束,可以有效地将风险拦截在传播之前。”卢海君表示,《办法》以商标为抓手规范主体资质,通过限制非持牌主体使用涉金融属性商标,将金融持牌要求传导至商业标识使用全环节,降低监管识别成本与消费者甄别成本,从源头压缩非法金融营销的生存空间,助力实现全链条、全覆盖的金融监管。

在宋河发看来,《办法》第十九条以商标使用为切入点来规范金融产品网络营销行为,这一制度设计的底层逻辑是为了规制披着商标“外衣”行非法金融产品营销误导投资者之实的问题,维护利用商标开展金融产品营销的公信力,为打击利用知识产权进行非法金融、理财营销等提供了坚实的制度保障,有利于发挥知识产权制度促进公平竞争

和维护正常经营秩序的社会治理功能。

《办法》第三十条确立了多部门协同监管机制,明确金融管理部门会同知识产权管理部门、市场监管部门加强在商标中使用涉及本领域字样的监测和管理。对违反《办法》第十九条规定的,经金融管理部门认定,知识产权管理部门、市场监管部门责令其限期整改。

“《办法》第三十条确立了多部门协同监管机制,从公共治理视角来看具有多维度创新意义。”卢海君表示,从商标注册环节的资质核验,到营销传播环节的行为监测,再到违法环节的联合查处,多部门信息共享、执法联动,《办法》打破了传统的分领域监管,构建起“金融+知识产权+市场”的多个管理部门多元共治新格局,形成全流程监管闭环,有助于实现治理效能的叠加升级。

宋河发还认为,《办法》第三十条规定了金融管理部门与知识

产权管理部门、市场监管部门的协同监管机制,加强多部门对在商标中使用涉及本领域字样的监测和管理,既有分工又有合作,既全面覆盖又防止出现空白死角,是一项重要的制度创新,有助于大幅提升利用知识产权制度对金融产品网络营销行为进行监管的公共治理效能。

“金融机构应尽快开展商标、账号名称的全面合规自查,建立营销内容与商标资质的联动审核机制,确保营销行为与持牌范围一致;第三方互联网平台要落实平台治理主体责任,完善入驻金融营销主体的资质核验流程,及时清理非持牌主体的违规标识。”卢海君表示,期待通过进一步细化涉金融属性字样的商标相关审查标准和使用规范,明确协同监管的具体工作流程、信息共享范围与执法衔接标准,建立多部门常态化信息共享通道,提升制度执行的可操作性。

(来源:中国知识产权报)