知识产权每周 国际快讯

2025 年第 18 期（总第 284 期）

中国保护知识产权网

2025年5月16日

目 录

德里高等法院宣布“TAJ”为驰名商标.....	3
印度发布 2025 年《计算机相关发明审查指南》草案.....	6
美国专利商标局被沙特知识产权局指定为新的 PCT 国际检索单位.....	12
伊拉克采用第 11 版《尼斯分类表》.....	16
国际商标协会发布关于洗绿和藏绿对品牌价值影响的报告	19
美国佐治亚州联邦法院在 Stimlabs 起诉其员工一案中驳回	

被告的临时限制令申请.....	22
英国留声机表演有限公司在音乐许可纠纷中遭遇挫折.....	24
美国参议院推进知识产权和药品定价等立法.....	26
前美国专利商标局局长严厉抨击“删除知识产权法”思想	29
印度市场品牌授权和特许经营的战略考虑因素.....	31

德里高等法院宣布“TAJ”为驰名商标

在印度酒店有限公司 (IHCL) 诉 Gaurav Roy Bhatt & Anr 一案中，德里高等法院根据 1999 年《商标法》第 2(1)(zg) 条，正式承认“TAJ”为酒店业驰名商标。以下是对该案件及其背景、对 TAJ 品牌和更广泛的酒店业的意义解读。

案件背景

泰姬陵酒店的传统

IHCL 成立于 1902 年，隶属于在印度颇具影响的塔塔集团 (Tata Group)，其第一家酒店——位于孟买的泰姬陵宫殿 (Taj Mahal Palace) 于 1903 年开业。在过去的 120 年里，IHCL 已成为一个家喻户晓的品牌，在 13 个国家 (地区) 经营着约 350 家酒店，旗下品牌包括：： GINGER (简约奢华)、VIVANTA (高端)、SelectQtions (精选) 和 TAJ (奢华)。其中最有价值的仍然是“TAJ”，它既代表了 IHCL 对卓越的不懈追求，也代表了印度文化的多样性。

了解驰名商标

根据 1999 年《商标法》第 2(1)(zg) 条，“驰名商标”——就任何商品或服务而言——是指在使用此类商品或接受此类服务的大部分公众中已经成为一种广为人知的商标，即在其他商品或服务上使用该商标很可能会被认为表明这些商品或服务与在原商品或服务上使用该商标的人在贸易或提供服务的过程中存在着联系。

驰名商标可以是某个市场或行业中一大群人容易识别的名称或标识。如果有人将其用于不同的产品或服务，人们可能会认为它与原品牌有关。它并不需要人人皆知，只需为特定行业或客户群体所熟知即可。

判断一个商标是否被认定为“驰名”，主要考虑以下参数：

公众知晓度和认可度：商标在相关领域的认可程度。

持续时间、范围和地理覆盖范围：商标的使用时间和地点。

推广和广告：开展推广活动的程度和范围。

注册和执行：商标受法律保护的情况以及正式注册的情况。

即时诉讼

IHCL 对涉嫌未经许可非法使用“TAJ”名称、侵犯其商标和版权、意图将服务冒充为著名的泰姬陵集团服务的违法者提起了法律诉讼。该公司认为，这种使用可能会误导消费者，淡化品牌的独特性。

2025 年 1 月 24 日，IHCL 请求法院下达永久禁令，禁止被告使用该商标。法院据此通过了判决。

IHCL 还请求法院根据《商标法》宣布 TAJ 商标为驰名商标。被告没有就这一请求提出异议。法院允许 IHCL 提交宣誓书支持其声明。

法院分析

法官阿米特·班萨尔（Amit Bansal）根据《商标法》第 11（6）条和第 11（7）条规定的标准对 TAJ 商标进行了评估。IHCL 提交的主要证据包括：

使用的持续时间和范围：AJ 商标自 1903 年以来在 13 个国家（地区）的 350 多家酒店持续使用。

知名度和宣传度：TAJ 在 2020 年、2022 年和 2023 年被《品牌金融》（Brand Finance）评为印度最强品牌之一。

推广和数字影响力：在 Instagram、Facebook 和 LinkedIn 等平台上持续的广告宣传、企业社会责任活动的大量粉丝。

商标注册：在印度有 100 多个商标注册，在国际上也有许多其他商标注册。

法律诉讼：曾在德里高等法院就 CS(COMM)683/2022 号、CS(COMM)498/20233 号和 CS(OS)2304/2008 号案件中成功提起强制执行诉讼。

根据记录在案材料，法院认为“TAJ”商标符合驰名商标认定的法律要求，因此根据 1999 年《商标法》第 2（1）（zg）条以及第 11（6）和 11（7）条宣布“TAJ”为酒店业驰名商标。

裁决还指出，同样归 IHCL 所有的“VIVANTA”商标早先在 CS(COMM)560/20224 号案件中被同一法院认定为驰名商标。

结论

德里高等法院承认“TAJ”为驰名商标，加强了对具有长

期声誉和广泛公众认可的品牌的法律保护。通过满足《商标法》规定的法定标准，IHCL 在防止其商标在非相关领域被滥用或淡化方面获得了更强大的保护。这项裁决不仅加强了“TAJ”商标在印度全国范围内的可执行性，还强调了在印度《商标法》的规定下，持续的品牌使用、注册、推广和执行对于建立驰名商标地位的重要性。

(编译自 www.lexology.com)

印度发布 2025 年《计算机相关发明审查指南》草案 简介

与计算机有关的发明包括涉及使用计算机、计算机网络或其他可编程设备及相关技术的发明，并包括具有一个或多个全部或部分通过计算机硬件/软件实现的特征的发明。为促进计算机相关发明申请审查的统一性和一致性，印度专利、外观设计及商标管理总局 (CGPDTM) 发布了《2017 年计算机相关发明审查指南》(“《2017 年指南》”)，其中涉及专利局在处理计算机相关发明专利申请时应考虑的各项规定。

《2025 年计算机相关发明审查指南》草案(“《2025 年指南》草案”)的出台是考虑到自《2017 年指南》发布以来信息和技术领域发生的巨大变化。鉴于人工智能、云计算、网络安全、量子计算、5G 等技术和网络空间领域的进步，以及印度关于计算机相关发明可专利性的判例的快速发展，

CGPDTM 发布了这份指南，以应对计算机相关发明方面出现的变化。

《2025 年指南》草案的主要特点

《2025 年指南》草案对《2017 年指南》行了澄清，并对某些方面的解释进行了更新，以跟上当代技术的发展。

《2025 年指南》草案的主要新增内容如下：

定义“算法”：根据马德拉斯高等法院在微软技术许可有限责任公司诉专利和外观设计助理审查员（*Microsoft Technology Licensing LLC v. Assistant Controller of Patents and Designs*）一案中的裁决，《2025 年指南》草案将“算法”一词的定义扩展为“.....算法可被定义为一组用于解决问题的规则或指令，通常通过一系列步骤或操作。因此，设计算法也是一种智力活动，知识产权保护仅限于版权保护，但表达形式必须具有独创性。虽然这一表达方式通常用于计算机中基于软件的例程，但从上文可以明显看出，它也可用于其他情况.....”。《2025 年指南》草案明确指出，在基于软件的计算机例程中，设计算法受版权法保护。相反，《2017 年指南》将算法定义为“解决特定问题时必须遵循的一组规则”，但没有说明其知识产权保护的背景。

引入有关算法的指南：《2025 年指南》草案明确指出，算法不能申请专利。然而，德里高等法院在黑莓有限公司诉外观设计助理审查员（*Blackberry Limited v. Assistant*

Controller of Patents and Designs) 一案中的裁决认为，计算机程序可以根据计算机软件中的算法指令获得专利，从而产生技术效果或贡献。由于发明的特征是算法的结果，而不是算法本身，因此算法本身不能申请专利。

用现代术语定义和解释“本身”(per se)一词，并定义“技术效果/贡献”：根据2002年《专利法(修正案)》第3(k)条的规定，计算机程序本身不能申请专利。“本身”一词的含义是，计算机程序本身不能获得专利，但如果它能增强另一项发明，则可以获得专利保护。《2025年指南》草案对“本身”一词的定义是，该词是指某一事物被单独考虑，而不是与其他事物一起考虑。此外，《2025年指南》草案还参考了近期的各种判例，以澄清计算机程序在哪些情况下可获得专利，并且不受2002年《专利法(修正案)》第3(k)条的限制。德里高等法院在Ferid Allaini诉Union of India & Ors.一案中认为，如果发明展示了“技术效果”或“技术”贡献，即使是基于计算机程序的发明也可获得专利。在过去的5年中，这一观点得到了多家法院的支持。

《2025年指南》草案进一步缩小了范围，对什么是技术效果和技术贡献作出了如下描述：

- (1) 更快的速度，如所主张的发明：
 - (a) 增强了处理器的计算能力，提高了处理效率；
 - (b) 缩短了高性能计算中执行任务的调度时间；

(c) 使硬件能够更快地处理输出。

(2) 减少硬盘/内存访问时间，如所主张的发明：

(a) 减少了系统中内存空间的使用并提高了效率；

(b) 创建了更高效的存储系统；

(c) 创造了更有效的数据压缩技术。

(3) 更好地控制机械臂：如所主张的发明能使机械臂更有效地完成多种不同的操作/任务，使机械臂在目标点的定位更准确，使复杂的动作（如外科手术中的动作）更有效等。

(4) 所主张的发明改进了无线电/电磁/通信信号的接收/传输。

(5) 所主张的发明能够对设备进行实时监测和控制，从而为技术问题提供技术解决方案。

(6) 提高计算机网络/系统的安全性：所主张的发明提高了认证过程的安全性，增强了加密/解密技术等。

(7) 所主张的发明可进行高效图像处理/信号处理以解决技术问题。

上述指南列表为 2025 年《专利法（修正案）》规定的计算机相关发明可专利性提供了更好的视角，而《2017 年指南》中并不包含这些内容。

人工智能驱动技术的专利保护：《2025 年指南》草案最重要的特点之一是引入了人工智能驱动技术的可专利性。

《2025 年指南》草案中分析公开实施发明的最佳方法的要求

依据的是马德拉斯高等法院在 CalebSuresh Motupalli 诉专利审查员 (Caleb Suresh Motupalli v. Controller of Patents) 一案。在该案中，法院强调了在人工智能驱动的技术中如何满足实现要求，指出发明必须披露对再现人工智能模型功能至关重要的具体实现要素，如训练数据源、数据预处理步骤、所选学习模型（如神经网络、决策树）以及任何应用的损失函数。法庭提供了以下示例，作为满足人工智能驱动技术要求的指南：

（1）在人工智能系统中，虽然输入和输出通常是已知的，但将输入转化为输出的逻辑可能是复杂或抽象的。描述应旨在通过详细说明任何已知过程和变量，尽可能阐明这种转换。如果测试结果或其他形式的证据证实了模型输出的准确性，则应将其包括在内，特别是当人工智能用于那些将可靠性视为至关重要的精确应用时。

（2）对于训练有素的人工智能模型而言，明确定义输入和输出数据之间的相关性十分重要。在以下情况下，这种相关性被视为已完全得到描述：

（a）模型所用的训练数据已明确标识；

（b）训练数据的特征与发明要解决的技术问题之间存在联系；

（c）全面描述具体的学习模型和训练方法；以及

（4）模型在经过训练时被证明可以有效地解决技术问题

题，并获得可预测的结果。

(d) 如果数据预处理在发明中起到关键作用，则应披露预处理的所有步骤和功能，以及它们与最终模型的关联。如果这种关联性不明确，或者本领域技术人员可能难以理解原始数据与处理后的学习数据之间的联系，则应用有可能无法满足实现要求。

(3) 对于利用强化学习的人工智能应用，应用程序必须说明系统如何与环境交互，包括代理交互、状态、行动和奖励。遗漏这些细节，或未能以本领域技术人员可以推断出的方式对其进行描述，都可能导致无法实现的披露。

(4) 改进计算机内部结构或操作的人工智能发明应说明算法如何与硬件或系统结构交互。这包括说明模型如何优化内部性能指标，如数据存储、调度或处理速度，从而提供必要的技术背景。

(5) 当发明的技术效果依赖于训练数据集的特定特征时，必须披露这些特征，除非本领域技术人员能够在不做过多实验的情况下识别出这些特征。在大多数情况下，描述数据的决定性特征而不是具体数据集本身就足够了。

(6) 区块链专利申请必须包括对所使用的加密技术、所涉及的特定数据结构、所采用的共识机制以及与硬件或网络系统的任何交互的全面描述。这些详细信息的披露使他人能够充分理解、复制和评估所描述的区块链技术的功能和创

新性。区块链专利申请必须明确定义分布式账本、共识机制、加密过程和网络配置等要素。对共识机制和数据布局（如区块结构、链接）的清晰描述对于技术效果的实现至关重要。

（7）如果发明采用了新颖的机器学习技术，则必须进行全面描述。这应涵盖几个基本方面，如神经网络的结构、激活函数、网络拓扑结构、收敛标准、元数据和所使用的学习机制。算法的每个组成部分都应在实现发明要求的技术效果所必需的范围内进行披露，确保本领域技术人员能够准确地复制该过程。

这些都是《2025 年指南》草案中引入的主要变化。《2025 年指南》草案提供了与计算机相关发明有关的某些可申请专利的权利要求的示例，强调了现代技术和人工智能的应用，同时明确了哪些类型的发明可被视为可申请专利的发明。

结论

考虑到印度最近对审查计算机相关发明的指南所作的修改，《2025 年指南》草案将重点放在了新兴技术上，并通过解释来审查现有法律对这些新技术的适用性。

（编译自 www.lexology.com）

美国专利商标局被沙特知识产权局指定为新的 PCT 国际检索单位

沙特阿拉伯（“沙特”）知识产权局（SAIP）已指定美国

专利商标局（USPTO）为《专利合作条约》（PCT）申请的国际检索机构和国际初步审查机构。此项指定立即生效，这意味着沙特的申请人可以选择USPTO对向SAIP提交的PCT申请进行国际检索和初步审查。

USPTO现在是沙特认可的第7个国际检索单位，除此之外，还有韩国知识产权局（KIPO）、欧洲专利局（EPO）、新加坡知识产权局（IPOS）、埃及专利局（EGPO）、俄罗斯联邦知识产权局（ROSPATENT）和加拿大知识产权局（CIPO）。

多哈JAH知识产权律所首席执行官杰哈德·阿里·哈桑（Jehad Ali Hasan）表示：“选择USPTO的一个重要优势是，如果申请人日后决定在美国进入国家阶段，那么在美国进行申请可能会更加顺利。该机构的审查员熟悉他们自己的检索报告和初步审查报告，这可能会提高审查过程的效率。此外，对于以美国市场为主要兴趣领域的申请人来说，选择该机构作为国际检索机构/国际初步审查机构可以提供特别适合美国专利法和在先技术数据库的检索和审查。SAIP的指定也标志着沙特和美国在知识产权方面的合作不断加强，有可能促进双方各局之间更顺畅的沟通和理解。”

不过，与沙特申请人可以选择的其他一些机构（如KIPO或EGPO）相比，USPTO作为国际检索机构/国际初步审查机构的相关费用可能会更高。虽然该机构在检索英文在先技

术方面表现出色，但其他国际专利申请机构可能具有更广泛的语言能力，如果相关的在先技术以英语以外的语言形式存在，这可能是有利的。例如，EPO 的审查员通常精通英语、德语和法语。

此外，不同的国际检索机构/国际初步审查机构的检索和审查做法也可能不同。有些国际专利机构可能对可专利性标准或发明的统一性有更严格的解释，这可能会影响国际检索报告和初步审查报告的范围。申请人应了解每个潜在的国际检索机构/国际初步审查机构的一般做法。总之，选择 USPTO 作为沙特 PCT 申请人的国际检索机构/国际初步审查机构的决定，涉及如何在熟悉美国国家阶段和加强双边关系的潜在好处与检索和审查的成本、范围和语言能力等因素之间进行权衡。与 SAIP 指定的其他国际检索机构和国际初步审查机构（KIPO、EPO、IPOS、EGPO、ROSPATENT 和 CIPO）相比，仔细评估这些利弊将使沙特申请人能够根据其特定需求和国际专利目标选择最合适的机构。

指定 USPTO 的影响

哈桑指出：“USPTO 被指定为国际检索机构和国际初步审查机构，对沙特 PCT 申请人的直接影响是，它为通过 SAIP 作为受理局提交 PCT 申请提供了一个新的选择。”

在此之前，沙特的知识产权律所及其客户有一套特定的国际检索机构和国际初步审查机构可供选择。这一指定将

USPTO 纳入名单之中，为 PCT 程序的国际检索和初步审查阶段提供了额外的司法管辖区。实际上，这意味着当沙特申请人向 SAIP 提交 PCT 申请时，他们现在可以选择通过 USPTO 进行国际检索。值得注意的是，以 SAIP 为受理局的 PCT 基本申请程序保持不变。沙特申请人仍需遵守 SAIP 关于申请语言、提交必要文件和支付相关 PCT 费用的要求。该机构的指定只是扩大了首次申请后主要的国际检索和审查阶段的选择范围。沙特知识产权律所需要告知客户这一新的选择，并指导他们考虑成本、战略市场和进入美国国家阶段的潜力等因素，从而评估该机构是否是最适合其特定国际专利目标的国际检索机构/国际初步审查机构。

哈桑还指出：“SAIP 已指定 USPTO 为 PCT 国际检索机构/国际初步审查机构，这对国际专利合作的多个方面具有更广泛的影响。首先，这标志着沙特和美国在知识产权领域的双边关系得到了加强。这种合作可以促进两国对专利实践和标准的进一步理解和协调。它有可能促成知识产权培训、专业知识交流和某些程序互认方面的进一步合作举措，最终使申请人和国际专利制度都从中获益。”

他还补充称：“其次，这项指定加强了 PCT 的多边框架。通过增加可用国际检索单位和国际初步审查单位的数量和多样性，PCT 体系将变得更加强大，并为申请人提供更多适合其具体需求和战略目标的选择。将 USPTO 这样的知识产

权机构纳入 SAIP 认可的主管机构名单，可以增强沙特申请人对 PCT 体系的信心，并有可能鼓励他们更多地利用该条约进行国际专利保护。”

哈桑总结道：“第三，此举可能具有区域性影响。随着 SAIP 成为中东和北非（MENA）地区重要的知识产权中心，与 USPTO 等全球主要知识产权机构合作，可以鼓励该地区其他知识产权机构探索类似的合作伙伴关系，并采用国际最佳实践。这还可能促进更多的跨地区专利申请与合作，为建立一个更加相互关联的全球创新生态系统作出贡献。此外，该指定可能会间接影响国际检索和审查报告的质量和效率。”

（编译自 www.asiaiplaw.com）

伊拉克采用第 11 版《尼斯分类表》

伊拉克商标局（TMO）已经采用了第 11 版《尼斯分类表》，自 2025 年 1 月起生效，这标志着该国商标子类别系统的重大变化。此举使伊拉克与国际商标分类标准接轨，为商标注册提供了一种更加结构化、更与全球统一的方法。从历史上看，该机构的子类别系统与国际上更新的尼斯分类系统存在差异。这也反映了伊拉克关于全球知识产权最佳实践的承诺。

该分类系统的采用给伊拉克商标注册带来了程序和定义上的变化，影响到了商标注册的各个阶段。新的商标申请

必须使用第 11 版分类。对于待处理的申请，商标所有人可以将重新分类推迟到异议期之后，也可以立即重新分类。TMO 还规定了申请前的强制检索——被视为实质审查，检索后的申请期限为 30 天。现在，申请人必须熟练理解第 11 版分类的复杂性以准确分类，而现有商标所有人将需要对其注册进行重新分类。这种与国际标准接轨的一致性具有长远利益，但需要有效的实施和明确的指导才能实现平稳过渡。

多哈 JAH 知识产权律所的知识产权高级总监莫辛·法塔赫（Mohcine Fattah）表示：“随着第 11 版《尼斯分类表》于 2025 年 1 月通过，所有新的商标申请从一开始就必须根据这一国际标准对其商品和服务进行分类。因此，强制性的申请前检索（被视为正式和实质性的审查）将根据申请人在预定义的第 11 版下的分类进行。这意味着国际申请人需要从一开始就确保其商品和服务列表与第 11 版分类准确一致，甚至是在提交正式申请和进行强制检索之前。与此同时，检索结果（以‘是’或‘否’的二进制形式告知，没有详细报告）将决定申请人是否在严格的 30 天期限内继续申请。如果检索结果不利，申请人可能需要重新考虑其商标或商品和服务的范围，这可能会产生额外的费用和时间成本。积极的检索结果可以使申请人对继续申请更有信心。此外，通过在申请前阶段就与国际公认的分类系统保持一致，可能会简化后续的审查程序，并降低日后出现与分类有关的异议的可能性。”

他补充称，待处理量的伊拉克商标申请的所有人有两种重新分类的选择：推迟重新分类和立即重新分类。每种选择都具有战略意义。

推迟重新分类允许注册最初在旧的子类别制度下进行，但在异议期之后、颁发注册证书之前强制按照第 11 版重新分类。选择这一方案的一个主要战略考虑可能是加快初始注册程序和降低成本，特别是对于包含许多商品和服务的申请，立即重新分类的成本可能会很高。

另一方面，立即重新分类涉及在申请的当前阶段根据第 11 版分类对商品和服务进行重新分类。这样做的战略优势是立即与国际分类标准接轨，从而简化今后与国际商标相关的活动。但是，这种选择要求申请人立即投入时间和精力以准确地对商品和服务进行重新分类，并且 TMO 保留批准或调整这些选择的权力。

法塔赫认为：“商标所有人必须权衡立即与国际接轨的好处与潜在的行政负担以及该机构调整其分类选择的风险。待处理申请中商品和服务的数量和复杂程度很可能是影响这一战略决策的重要因素之一。”

当然，这里也存在挑战。法塔赫指出：“国际商标所有人在根据第 11 版《尼斯分类表》对其现有的伊拉克商标注册进行重新分类时面临着一些实际障碍。这种过渡虽然旨在实现国际统一，但可能会带来一些复杂问题，需要仔细关注并且

进行战略规划。一个重要的挑战是，在处理任何基于旧版子类别系统的商标注册后行动时，如何将伊拉克旧注册中列出的商品和服务准确映射到第 11 版分类中的相应类别和可能更具体的术语。一一对应可能并不总是那么简单。有些商品或服务在旧系统中被归入一个子类别，但在第 11 版分类中可能被归入不同的类别或需要更多的描述。这就需要全面了解旧的伊拉克分类法和第 11 版分类的细微差别，以确保保护范围得到维持或适当调整。重新分类中的错误可能会无意中缩小或扩大最初授予的保护范围。”

他继续说道：“另一个实际障碍是可能增加成本和行政负担。重新分类的时间和程序方面也带来了实际挑战。最后，不能完全排除重新分类可能引起的争议或异议。虽然改变目的是协调一致，但重新分类过程可能会在无意中导致与根据第 11 版分类新提交的申请重叠或冲突，甚至与已经重新分类的现有注册重叠或冲突。国际商标所有人需要作好准备以解决重新分类过程中或之后可能出现的任何此类问题。”

（编译自 www.asiaiplaw.com）

国际商标协会发布关于洗绿和藏绿对品牌价值影响的报告

2025 年 4 月 23 日，国际商标协会 (INTA) 发布了其 2024 年主席特别工作组报告《洗绿和藏绿对品牌价值的影响》

（ The Effect of Greenwashing and Greenhushing on Brand Value ）。该报告研究了误导性的环境声明和对真正的环境、社会和治理（ESG）成就的少报如何影响品牌认知度、消费者信任，并最终影响品牌价值。

这份综合报告是通过对品牌营销中 ESG 的不同观点进行广泛研究（即通过立法、第三方顾问和品牌本身的角度）得出的，该报告发现有效的品牌传播是建立消费者信任的决定性因素。该研究证实了许多人的怀疑：洗绿（误导性环境声明）和藏绿（对真实的 ESG 倡议宣传不足）都会对品牌声誉和最低绩效产生负面影响。

该报告的主要发现之一是令人担忧的证据，即许多品牌由于少报了其真实的 ESG 活动而错过了提升品牌价值的重要机会。报告中引用的研究表明，尽管消费者对此类信息的需求不断增长，但超过 82% 的产品缺乏明确的可持续发展信息。该报告还记录了全球市场不断出现的 ESG 法规如何为寻求宣传其可持续发展工作的品牌带来挑战和机遇。

曾担任 INTA 2024 年主席、来自亚马逊公司的达娜·诺斯科特（Dana Northcott）解释道：“虽然地缘政治格局和企业的优先事项不断发生变化，但消费者显然希望企业优先考虑环境、社会和治理原则。我们的研究表明，有效和真实地传达 ESG 倡议不仅有益，而且对品牌价值至关重要。本报告为品牌提供了一个路线图，以掌握法规、利益相关者期望和

战略沟通的复杂交叉点。”

这份主席特别工作组报告提供了有效 ESG 宣传的七大最佳实践，包括采用 ESG 战略方法、利用技术和治理系统、与全球标准保持一致、吸引利益相关者、避免洗绿、关注长期价值以及制定避免“藏绿”的有效的宣传策略。

INTA 首席执行官迪埃纳·桑斯·德·阿塞多 (Etienne Sanz de Acedo) 表示：“现在，在 ESG 宣传中不作为的代价大大超过了采取行动的挑战。正如本报告所表明的那样，有效传达其在 ESG 方面真实努力的品牌将在消费者信任、人才招聘和财务业绩方面获得巨大的竞争优势。我们的目标是让全球的 INTA 成员充分认识到 ESG 宣传的重要性，以便为他们的公司和客户带来更大的价值。”

关于 INTA

INTA 是一个由品牌所有人和专业人士组成的全球性协会，致力于支持商标和辅助知识产权，以促进消费者信任、经济增长和创新发展，并致力于通过品牌建设更美好的社会。其成员包括近 6000 个组织，代表了来自 181 个国家的 33500 多位个人（商标所有人、专业人士和学者），他们受益于该协会的全球商标资源、政策发展、教育和培训以及国际网络。INTA 成立于 1878 年，总部位于美国纽约，在北京、布鲁塞尔、圣地亚哥、新加坡和华盛顿特区设有办事处，并在安曼、内罗毕和新德里设有代表处。更多信息可访问 INTA

官方网站。

(编译自 www.inta.org)

美国佐治亚州联邦法院在 Stimlabs 起诉其 员工一案中驳回被告的临时限制令申请

2025 年 3 月 27 日，在 Stimlabs 有限责任公司起诉该公司前高管人员莎拉·格里菲斯 (Sarah Griffiths) 的案件中，美国佐治亚州北区地方法院驳回了由格里菲斯提出的临时限制令 (TRO) 申请，并认为被告根据《保护商业秘密法》(DTSA) 以及《佐治亚州商业秘密法》(GTSA) 需要面临涉嫌盗窃 Stimlabs 商业秘密的指控。

背景介绍

据悉，作为这家再生医学公司的前首席科学官，格里菲斯在首席执行官向其告知公司有意就她的离职进行谈判后，擅自下载了数千份包含机密信息和商业秘密的文件。据称，这些文件包含有关未来潜在产品的信息、与政府机构进行的机密通信、与产品开发相关的数据以及涉及“由捐赠的人类脐带制成的产品，其可适用于或者用于管理溃疡、伤口和对身体造成的类似伤害”的信息。格里菲斯是 13 名具有访问原告涉案商业秘密的特殊权限的员工之一。Stimlabs 有限责任公司表示，作为雇佣协议的一部分，其已要求格里菲斯签订了一份限制性的契约。她理应遵守员工手册，参与并履行她所

接受过的保密培训，尽最大的努力来保护机密信息并遵守公司的信息安全政策。

裁决结果

在一场于 2024 年 8 月 13 日举办的听证会结束之后，该公司关于 TRO 的动议遭到了驳回，原因是法院认为该公司“并没有提出证据证明格里菲斯当时访问 Stimlabs 的文件是出于工作以外的任何目的，而且判例法也非常明确，此举不构成盗用”。不过，法院也驳回了格里菲斯要撤销诉讼的请求，并指出原告公司已经提出了 12 个涉及被盗用商业秘密的具体且充分的例子，这些实例足以让被告面临盗用的指控。法院重点关注了有关“格里菲斯的行为违反了她的雇佣义务”的指控。在驳回被告要撤销诉讼的请求时，法院指出，TRO 所依据的起诉书已经进行了修改，现在包含了四项证据，包括原告认为格里菲斯所违反的各种协议和政策。此外，法院还决定不驳回原告公司提出的违约索赔，尽管格里菲斯辩称该公司没有遭受到任何损害。法院认为，证据开示是解决这个问题的最佳途径。

未来影响

本案表明，即使上述禁令救济申请有可能遭到驳回，但原告仍可能有理由根据该禁令救济申请提出指控，因此被告要求撤销诉讼的要求可能是不合时宜的。在这里，通过修改起诉书并确定出被盗用的商业秘密，雇主能够在这种要求撤

销诉讼的请求中幸存下来，从而允许法院继续审理案件。随着诉讼程序的进展，人们可继续关注此案。

(编译自 www.mondaq.com)

英国留声机表演有限公司在音乐许可纠纷 中遭遇挫折

英国留声机表演有限公司 (PPL) 拥有并控制着来自 400 多家唱片公司的大约 450 万份国际和国内录音的公开表演权。该公司早先在 2022 年 7 月 20 日向碧空酒店管理私人有限公司 (Azure Hospitality Private Limited) 发出了一份通知，要求后者停止在未获得 PPL 许可的情况下擅自使用 PPL 所拥有的版权录音作品。由于碧空公司未能遵守上述要求，因此 PPL 提起了诉讼，并要求法院向对方发出永久禁令，以阻止碧空公司利用或使用这些受到版权保护的作品。碧空公司拥有 86 家高端餐厅，据称总营业额为 16.1 亿卢比。

德里高等法院的独任法官于 2022 年 10 月 14 日发出了单方面临时禁令，禁止碧空公司继续使用 PPL 的版权作品。碧空公司提交了自己的申请以作为回应，寻求撤销掉上述单方面临时禁令。不过，独任法官驳回了碧空公司的申请并确认将根据 PPL 的申请发出禁令。

碧空公司针对独任法官的判决意见提起了此次的上诉。

法院面临的主要问题

遵守版权法：法院必须确定此前还不是注册版权协会的 PPL 是否可以根据《版权法》第 18 条 1 目发出有关使用其录音作品的许可。碧空公司辩称，PPL 不能在不是注册版权协会或其成员的情况下授予许可。

对于《版权法》第 33 条 1 款和但书的解释：如何对《版权法》第 33 条 1 款进行解释是一个非常关键的问题。该条款禁止任何人或协会在尚未注册为版权协会的情况下从事与版权作品有关的颁发或授予许可的业务。法院必须决定《版权法》第 33 条 1 款中的但书是否允许 PPL 在不是注册版权协会的情况下为自己的作品发出许可。

法院的观点

放弃此前已有的注册：PPL 曾于 1996 年 5 月 7 日至 2014 年 6 月 21 日注册为版权协会。然而，2012 年的《版权法》修正案要求所有先前完成注册的版权协会都要根据新规定重新进行注册，而 PPL 则放弃了先前的注册成果，并决定重新提出一份注册请求。

重新注册请求遭到拒绝：PPL 想重新注册为版权协会的申请遭到了拒绝。因此，PPL 目前并不是一个已完成注册的版权协会。

注册要求：《版权法》第 33 条 1 款明确规定，从事为版权作品颁发或授予许可业务的任何个人或协会都必须遵守第 33 条 3 款的规定。由于 PPL 不是已注册的版权协

会，因此其不能为分配给该机构的录音作品发放许可。

注册版权协会的成员资格：法院强调，要为其录音作品颁发许可，PPL 必须是一家注册版权协会或其成员。由于 PPL 两者都不是，因此它不能为这些录音作品授予许可。

经营业务：法院裁定，PPL 的活动显然是属于《版权法》第 33 条 1 款所定义的“经营”范围。法院认为，PPL 所从事的业务应该是颁发或授予有关公开表演录音作品的许可。显而易见，这从 PPL 系统且持续地发放有关使用其版权录音作品的许可这一事实中可以看出。

在综合考量上述几点意见之后，法院在其最终的判决书中对此前独任法官的意见进行了修改。法院命令碧空公司根据其网站上显示的录制音乐表演有限公司（RMPL）的费率向 PPL 付款。RMPL 是根据《版权法》第 33 条 3 款注册为版权协会的实体，主要业务就是处理各类录音制品。法院告知碧空公司，上述费率将适用于其任何网点中构成 PPL 曲目库一部分的所有录音作品。法院认为这一付款安排是公平的，并且会受到待决诉讼最终结果的约束。法院强调，允许碧空公司在不向 PPL 支付任何费用的情况下利用 PPL 曲目库中的录音作品是不公平的。

（编译自 www.mondaq.com）

美国参议院推进知识产权和药品定价等立

法

美国参议院一个小组已推进三套两党共同支持的法案，据称旨在改革知识产权格局并降低处方药成本。这些法案旨在共同解决“产品跳跃”（product hopping）和“专利丛林”（patent thickets）问题。法案还试图通过成立专门任务小组，提高专利审查员、美国食品药品监督管理局（FDA）官员以及药品物流的效率。然而，尽管这些法案目标良好，但实际上可能为试图获得和保护其宝贵知识产权的创新者带来新的挑战。

第一套法案可能会给寻求推出后续产品和实施现有知识产权的药品制造商带来风险，因为这些法案针对的是据称会拖延仿制药和生物仿制药进入市场的所谓反竞争策略。例如，《药物竞争促进法案》（Drug Competition Enhancement Act, S.1040 号法案）旨在通过禁止制造商在推出后续版本时将原研药撤出市场，以及禁止以可能不利于仿制药的方式营销新版本，从而阻止“产品跳跃”。该法案授予美国联邦贸易委员会（FTC）执行这些限制的权力。类似地，《患者负担得起处方药法案》（Affordable Prescriptions for Patients Act, S.1041 号法案）也针对“专利丛林”，规定了品牌生物制剂制造商可对生物仿制药竞争者主张的专利数量上限。虽然该法案允许在制造商证明“正当理由”的情况下增加主张的专利数量，但仍可能会限制品牌生物制剂制造商通过合法专利组合

保护知识产权的能力，从而给他们造成负担。

第二套法案可能为试图避免与仿制药公司进行昂贵诉讼，或向 FDA 提交公民请愿书表达对仿制药合法安全担忧的制药公司制造障碍。例如，《停止拖延法案》（**Stop STALLING Act, S.1095 号法案**）允许 FTC 对向 FDA 提交公民请愿书的公司进行处罚——前提是 FTC 认定提交行为仅仅为了延迟仿制药批准（在第 11 个小时提交请愿书，且没有实质性证据支持任何有关安全问题的主张）。《廉价仿制药与生物仿制药的获取保障法案》（**Preserve Access to Affordable Generics and Biosimilars Act, S.1096 号法案**）试图通过在此类案件中建立假定的反竞争行为，禁止所谓的“付费延迟”协议（即品牌药制造商通过补偿仿制药或生物类似药竞争者来延迟产品上市）。不过与既往法院判决一致，该法案承认当这些协议作为诉讼和解或其他促进竞争的安排的一部分时，则可能具有合法性。

最后两项法案——即《2025 年机构间专利协调与改进法案》（**Interagency Patent Coordination and Improvement Act, S.1097 号法案**）和《2025 年民众处方药定价法案》（**Prescription Pricing for the People Act of 2025, S.527 号法案**）——旨在提高制药行业的效率和透明度。S.1097 号法案要求美国专利商标局与 FDA 成立协作任务小组，以加强药品标签更新和审批历史等与药品专利相关信息交流。同时，S.527 号法案指

示 FTC 调查药品供应链中药品福利经理人等中介机构的作用，并向国会提供适当政策建议。

这些拟议法案反映了两党为解决知识产权领域长期存在问题的而做出的广泛努力。然而这些预期法律的颁布，可能会给创新者和品牌药制造商带来挑战。制药公司在开发和确保强大的知识产权组合时，需要保持信息畅通并考虑这些拟议的变更。

(编译自 www.jdsupra.com)

前美国专利商标局局长严厉抨击“删除知识产权法”思想

4月24日，美国前专利商标局局长安德烈·扬库（Andrei Iancu）在加利福尼亚州旧金山杜比实验室举行的2025年知识产权意识峰会（IPAS）开幕式上发表主旨演讲。扬库严厉批评了近期以贬低美国知识产权价值为目的而呼吁削弱美国知识产权法的声音，称这种政治立场将把经济和技术主导权拱手让给外国竞争对手。

“创新并非存在于真空中”：知识产权民主化推动现代科技发展

扬库表示，尽管从古希腊到工业革命前的美国，人类历史上的通信技术长期停滞，但知识产权政策观察者往往忽视一个根本事实：“我们已深陷创新浪潮，以至于对人类努力变

得麻木不仁。”他补充道：“因此，我们认为创新会自然发生，但它并不会——如果会，过去数十万年的人类历史中早该发生。创新并非存在于真空中。”

扬库称，除非自身狭隘的商业利益能从贬低美国创新价值中获利，否则任何理性的企业家都不会支持甚至公开主张“删除所有知识产权法律”。许多支持削弱美国知识产权法的人士出于对知识产权经济影响的误解，而大型科技公司和外国势力则因能从贬低这一重要美国资产中获益而鼓吹弱化知识产权。

扬库批评称，在过去的几十年中，主张弱化知识产权的富裕既得利益集团推行了一种“使美国专利无法执行”的策略。立法和监管过度导致专利权利人不得不同时在美国地区法院、专利审判和上诉委员会（PTAB），甚至某些情况下还需在美国国际贸易委员会（USITC）启动多重平行程序。这不仅推高了维权成本，而且在专利的整个有效期内都可能遭到来自 PTAB 的有效性质疑，导致专利永远无法实现静默的所有权状态。

过度监管、排除基本权利是美国知识产权的主要问题

除了知识产权执法方面的开支外，扬库指出，联邦司法系统长期面临的压力已导致法院剥夺了专利权利人排除他人实施专利发明的权利——这是美国《宪法》知识产权条款中唯一明确赋予“作者与发明者”的基本权利。另一个问题在

于当前美国专利法的复杂状况。扬库向 IPAS 与会者透露，他在担任美国专利商标局局长期间曾告诉员工，专利法中存在着一条隐藏条款，即《美国法典》第 35 编第 101.5 条：“专利法不应简单，若其简单，法院将确保它变得复杂。”

最后，过度监管人工智能（AI）和标准必要专利（SEP）发展的措施有可能使知识产权条约的多边框架支离破碎，从而破坏推动技术发展和支持全球技术标准高度互操作性所需的合作。尽管这些问题已蔓延至全球创新生态中，但他强调其在美国尤为突出。

（编译自 ipwatchdog.com）

印度市场品牌授权和特许经营的战略考虑因素

引言

印度拥有约 14.3 亿人口，是全球增长最快的消费市场之一，并有望到 2026 年成为第三大消费市场，同时也是全球消费品牌的热门聚集地。印度正朝着在 2047 年成为发达经济体的目标迈进，国内生产总值（GDP）以 7% 至 8% 的迅猛速度增长，且人口结构以 25 至 45 岁的年轻群体为主。

上述因素，加上印度消费者对品牌认知和辨识度的提升，使得品牌货币化（brand monetisation）成为企业和品牌所有者进军印度消费市场不可或缺的工具。

这些发展令国际品牌瞩目，它们开始密切关注印度的人口结构特征，并挖掘其中蕴含的经济机遇。

为何品牌货币化如此重要？

传统的按部就班经营业务的方式已发生显著演变。如今，成功经营企业不仅限于拥有优质产品或完美的商业计划，还需理解无形资产（即知识产权，包括商标、专利、版权和工业品外观设计）所附着的价值。尽管资产负债表数据等传统收入流对衡量品牌或业务的增长和可扩展性至关重要，但通过计算无形资产价值并探索其货币化的新方法，能为企业创造显著价值。

随着消费市场的不断变化、技术进步以及全球化发展，传统的知识产权资产生成和保护方法已经转变为商业化、利用和货币化这些资产的现代方法。这一范式转变促使品牌和企业专注于制定各类战略，以实现其知识产权资产的商业化、杠杆化和货币化。国际品牌渴望进入印度市场，适应当地环境，开发出有价值的产品，并将其知识产权资产货币化，以扩大影响力。

品牌货币化前需考虑的步骤

企业或品牌要实现货币化或利用其无形资产，应考虑以下步骤：

知识产权尽职调查：对于品牌货币化而言，开展知识产权尽职调查至关重要。对无形资产进行适当评估，对公司参

与任何形式的货币化（例如向其他公司或组织出售、购买和许可知识产权）都大有裨益。品牌货币化涉及的知识产权尽职调查的关键步骤包括无形资产中知识产权的识别和存在，最重要的是厘清因知识产权所有权而产生的权利和义务。

知识产权风险评估：在您计划实现知识产权货币化的市场中，评估知识产权状况及自身知识产权组合的现状极为重要，因为这能判断潜在的知识产权风险（如有）将如何影响您未来的业务和活动。这包括：开展初步知识产权检索，以评估获得保护的可行性；考虑潜在合作伙伴关系并识别竞争对手；进行知识产权检索有助于发现渐进式创新和保护的机遇；与第三方的合作应在结构上保障知识产权所有权和使用权。除知识产权检索外，在进入市场前，还需评估与文化差异和语言障碍相关的任何风险。

知识产权保护和执行：一个稳健的知识产权保护战略包括确定知识产权资产的优先次序、开展全面的技术前景研究和寻求专家建议。必须对发明权和所有权进行监控，保护不可注册的知识产权，并使知识产权战略与商业化计划保持一致。为了实现有效的知识产权货币化，品牌必须采取充分、积极的措施来行使其知识产权。知识产权监测服务也可以作为一种有效工具，监测任何潜在的知识产权侵权和滥用行为。

知识产权商业化：为了使知识产权资产的价值最大化，

企业必须认真考虑商业化手段，进行彻底的自由运营搜索，并实施有效的品牌战略。定期的知识产权审查和审计有助于优化知识产权组合，确保其持续相关性。最后，投资知识产权教育和培训可以在企业内部培养创新和知识产权保护文化。

品牌货币化方法

特许经营

FranCast 发布的一份报告表明，目前印度是全球第二大特许经营市场，估值约为 8000 亿美元，并预计在未来几年将以每年 30% 至 35% 的速度增长，在 5 年内达到 1400 至 1500 亿美元。

随着增速的显著提升，寻求地域扩张的知识产权所有者常将特许经营视为有利工具。特许经营在印度各领域的日益重要性不容忽视。以食品饮料行业为例，典型案例如达美乐披萨 (Domino's Pizza)、肯德基 (KFC) 和麦当劳 (McDonalds)；谈及媒体娱乐业，不可否认《Kaun Banega Crorepati》（印地语版《谁想成为百万富翁？》）的受欢迎程度；而在零售领域，Zara 和 H&M 等知名特许经营门店随处可见。

印度的监管环境：特许经营

印度没有专门的法规或法律来处理与特许经营的要约和销售有关的细微差别，通常通过结合现有法规处理特许经营相关协议及交易。这些法规包括：《1872 年印度合同法》

《1999 年外汇管理法》 《2002 年竞争法》 《1961 年所得税法》 《1999 年商标法》 《1970 年专利法》 《1957 年版权法》 及 《2000 年外观设计法》 。

《印度合同法》是特许经营协议的主要立法，它对特许经营的要约和销售、合同的订立、合同义务以及违约的后果都有规定。虽然特许经营中没有法定的售前披露义务，但始终建议双方订立有关披露的条款，以避免将来出现任何摩擦。

外国直接投资（FDI）政策对外国投资者或特许经营商进入印度市场至关重要。非居民投资者可通过自动或政府途径进行投资。通过自动途径时，非居民投资者无需印度政府的任何批准；但在政府途径下，则需要印度政府的事先批准。

《外汇管理法（FEMA）》，由于国际特许经营涉及外汇和对外贸易，因此将受《外汇管理法》管辖，因为该法的制定是为了便利对外贸易和支付，促进印度外汇市场的有序发展和维护。

谨防虚假特许经营

当我们深入研究通过特许经营实现品牌货币化这一主题时，近年来浮现的一个令人担忧的问题是欺诈性特许经营和虚假加盟。

在印度，最近出现了多起案例，冒名顶替者创建虚假欺诈网站，在网站上提供品牌的基本信息、上传品牌标识，并

声称提供该品牌的特许经营权或经销权。他们还使用公司抬头伪造虚假文件和发票。一旦资金存入这些欺诈性银行账户，便立即通过 ATM 卡提现或分拆转入多个其他银行账户。

每当此类网站被关闭，冒名顶替者就会注册新的镜像网站。他们事先在不同的域名注册机构注册多个误导性域名，作为备用计划。

虚假特许经营案例分析

在 Dabur India Limited 诉 Ashok Kumar 及其他被告案中，原告指控不明身份的被告通过冒充原告及其代理商、合作伙伴，实施商标和版权侵权行为以欺骗公众及商家。原告还声称，他们发现被告正在运营虚假域名，通过侵权网站误导客户相信这些网站是原告的合法官网。

令原告困扰的是，由于网站具有匿名性质，无法获取域名所有者的详细信息。通过受害者投诉，原告还发现其中 1 名被告通过多个银行账户收取个人支付的虚假招聘或任务派遣的款项。

鉴于案件事实，德里高等法院在授予原告救济措施的同时，命令域名注册机构下架并屏蔽侵权域名 URL，并指示若原告发现其他侵权网站、域名或 URL，则应提请法院注意并下达适当命令。

防止假冒特许经营并通过特许经营实现品牌价值的途径

为防止虚假特许经营，品牌所有者应积极采取措施保护品牌，采取的措施包括向域名注册机构和搜索引擎商发送关闭通知；向网络犯罪警察提交投诉；提起知识产权侵权民事诉讼；通过监控服务持续监测虚假网站的滋生。

品牌授权

GME 的最新报告指出，全球品牌授权市场预计将以 4.1% 的复合年增长率增长，到 2027 年将达到 3854 亿美元。其中，包括印度在内的南亚和太平洋地区持续稳步扩张，较前一年增长 5.9%。这些数据清晰地表明，品牌授权已成为在市场上实现品牌货币化的有利可图的工具。通过签订授权协议，企业不仅能开拓尚未开发的印度市场，还能为客户创造与国际品牌互动和连接的体验——否则，由于地域限制，这将是一个遥不可及的梦想。

最近的一份市场研究报告预测，印度授权行业正飞速发展，到 2027 年市场规模将达到 148 亿美元。凭借庞大的消费群体和不断演变的零售格局，国际品牌在印度扩大品牌形象的时机已经成熟。因此，品牌授权成为一条利润丰厚的路径，既能开辟收入来源，又能帮助品牌所有者实现知识产权的货币化。

在品牌授权中，知识产权尽职调查至关重要，以避免业务冲突或破裂。双方必须进行背景调查，识别和评估所有潜在的知识产权威胁。细致的调研不仅能发现签约前的既有问

题，还能预判未来可能出现的知识产权相关风险（例如另一方提供的背景知识产权的权属链问题）。因此，尽职调查能有效减少和缓解此类风险与损失。

许可各方应特别考虑的一些关键因素包括协议条款、知识产权的明确识别、限制（如次级许可）、对价（使用费）、许可终止和续期。

印度有趣的授权交易与合作

《糖果传奇》（Candy Crush）与 Dream Theatre 的授权协议：2014 年，伦敦《糖果传奇》母公司 King Digital Entertainment PLC 与孟买公司 Dream Theatre 及珠宝设计师姆里纳尼·钱德拉（Mrinalini Chandra）签署独家授权协议，允许在印度销售《糖果传奇》品牌产品。

2020 年，印度领先的时尚品牌平台和电子商务先驱 Myntra 签署了一项许可协议：Myntra 与法国拉加代尔集团（Lagardère Group）旗下的法国时尚品牌 ELLE 签订授权协议，在印度生产、分销和推广 ELLE 首次推出的女性珠宝系列。

印度司法机构保护品牌货币化战略

在品牌货币化方面，印度法院通过大量案例和标志性判决，维护了对签订许可和特许经营协议的品牌保护。

Yves Saint Laurent（简称 YSL）诉 Brompton Lifestyle Brands（被告 1 号）案就是这样一个例子。原告 YSL 是一家

跨国奢侈品牌集团，在德里等地设有门店。2019年，YSL与Beverly Luxury Brands Limited（被告2号）签订特许经营协议，允许后者以“Saint Laurent精品店”名义在新德里某商场运营。协议终止后，该精品店仍由被告1号Brompton Lifestyle Brands私人有限公司以YSL品牌名义运营。YSL起诉被告1号侵犯其商标和版权，并寻求永久及强制禁令，禁止被告1号未经授权在新德里商场以圣罗兰品牌经营精品店。

德里高等法院指出，涉案精品店是基于YSL与被告2号的特许协议设立，而被告1号并非协议签署方，却继续在精品店入口显著位置展示YSL商标。法院援引协议条款强调，YSL仅授予被告2不可转让的商标使用权，用于推广和销售产品。协议终止后（被告1和被告2均承认此事实），法院认为没有任何有利于被告1的书面授权可以在精品店展示YSL商标。因此，法院裁定：

根据《商标法》第29（1）条，被告2号（Beverly）不得作为YSL商标的“被承认的使用者”，使用YSL商标构成侵权，并禁止被告2号不得使用YSL商标和任何与YSL商标相似的商标，包括作为（或作为一部分）商标、商号、风格、域名、公司名称或作为包装、艺术品、布局（包括在精品店的正面）或任何其他方式的一部分；不得将其商品冒充成原告的商品，包括使用YSL商标或任何与之相似的商标，以及与YSL商标下的产品有关的产品目录和其他文字材料。

结语

在充满活力的印度市场，品牌许可和特许经营为企业扩大影响力、增加收入和提高品牌知名度提供了强有力的途径。通过仔细了解文化上的细微差别、法律框架和消费者偏好，品牌可以成功驾驭这一市场，并取得长期成功。

（编译自：worldtrademarkreview.com）