

知识产权每周 国际快讯

2026 年第 40 期（总第 354 期）

中国保护知识产权网

2026年10月23日

目 录

美国版权局就音乐流媒体欺诈问题征求意见.....	3
智能吸尘器行业中争夺市场份额的竞争让 UPC 忙得不可开交	6
英国专利盒制度简介.....	10
美国服装和鞋类协会敦促美国贸易代表办公室将美本土平 台列入 2026 年恶名市场报告.....	14
韩国商标特许权使用费暴涨 69%，业界呼吁出台明确定价规	

则.....	17
欧盟知识产权局咨询委员会目前已收到 94 份手工艺和工业 地理标志申请.....	20
英国政府将探讨针对标准必要专利侵权案件的“以法院为依 托”的 FRAND 认定程序.....	22
南非商标 10 年未用，为何仍能起死回生？	25
禁酒令、好莱坞和凯撒沙拉：一段始于墨西哥的商标故事	32
韩国绿色能源专利优先审查制度.....	34
美国专利案例聚焦：从 Socket Solutions 案看权利要求解 释的关键.....	39
东京法院认定声音享有公开权：生成式 AI 时代社交媒体平 台及内容创作者面临的影响.....	42

美国版权局就音乐流媒体欺诈问题征求意见

唱片公司收入达 95 亿美元，而美国音乐出版商的收入为.....近期，美国版权局在《联邦公报》上发布了一份调查通知（NOI），就威胁美国国内数字流媒体数十亿美元收入的音乐盗版问题征求公众意见。该局发布的 NOI 是对美国众议员斯科特·菲茨杰拉德（威斯康星州共和党人，Scott Fitzgerald）提出的关于音乐行业流媒体欺诈现象普遍性的调查请求所作的回应，该议员还对生成式人工智能（AI）对音乐行业的影响表达了担忧。

恶意行为者为虚增流媒体数据而采用的手段包括机器人账号农场和播放列表灌水

根据数字媒体协会（DIMA）《2025 年年度报告》，数字流媒体约占全球音乐销售额的 70%。根据美国唱片业协会（RIAA）和国际唱片业协会（IFPI）2026 年公布的全球收入数据，录音作品版权所有者获得 220 亿美元的全球收入，而音乐作品版权所有者则获得 100 亿美元的全球收入。在美国国内，去年唱片业收入达到 73 亿美元。

音乐盗版削弱了经授权、持许可的数字流媒体所带来的经济效益，导致集体管理组织（CMO）和表演权组织（PRO）收取的版税减少，进而影响了向权利人支付的版税金额。美国版权局的 NOI 重点指出了不法分子为欺骗性地虚增播放量、从而从合法流媒体作品中转移版税所采用的多种手段，

包括机器人农场、点击农场、播放列表灌水、账户劫持或版权欺诈等。其中，版权欺诈包括通过所谓“原样复制”和“幽灵音轨”操作，谎称他人原创音轨或经过篡改的音轨归己方所有的欺诈行为。

版权局的 NOI 指出了音乐盗版造成的若干危害，包括因支付不准确而损害商业关系，以及扭曲基于数据的现场巡演决策。版权局的 NOI 还提及打击盗版的执法行动，包括纽约南区联邦地区检察官杰米·麦克唐纳（Jamie McDonald）办理的迈克尔·史密斯（Michael Smith）案，这位北卡罗来纳州男子因承认合谋实施电汇欺诈罪被判处 18 个月监禁，该男子曾利用自动化机器人方案虚增其声称拥有的音乐录音作品的版税收入。RIAA 等机构对该判决表示肯定，其声明称：“流媒体欺诈损害创作者权益，欺骗广大乐迷。我们认可法院认清该不法行为的严重性质，这笔非法所得本应属于真实音乐人、词曲作者及其唱片合作方。”

为便于国会厘清相关问题，版权局在 NOI 中设置了一系列问题，向社会征集与音乐盗版、流媒体欺诈有关的各类信息，部分问题如下：

1.流媒体欺诈如何实施？针对各类欺诈模式（例如机器人农场、点击农场、歌单篡改、欺诈性营销公司）的泛滥程度，现有哪些相关数据？

2.现有哪些数据能够说明流媒体欺诈与“AI 生成音乐带

来的影响”、以及音乐作品和录音制品表演、复制行为对应的“许可与分销.....版税”二者之间的关联？有哪些可用数据？

3.现有哪些数据可以体现流媒体欺诈和现场音乐演出各环节的联系，（包括场地选择、门票销售或“衍生销售（如餐饮、周边商品、停车等）”）之间的关系？

4.针对流媒体欺诈，有哪些潜在的自愿性、法定或监管层面的解决方案？

5.如何通过刑事执法更好地处置流媒体欺诈问题？

菲茨杰拉德援引纽约南区联邦法院审理的史密斯案（该案中史密斯通过流媒体欺诈非法获取约 1000 万美元版税），请求版权局调研数字平台上流媒体欺诈的泛滥情况，以及该现象对整个音乐行业造成的影响。

NOI 中未提及生成式 AI 流媒体与犯罪活动之间的密切关联

有趣的是，版权局的 NOI 几乎未重提菲茨杰拉德众议员 5 月致该机构信函中关于生成式 AI 的大部分担忧。菲茨杰拉德认可将生成式 AI 用作音乐创作工具本身并无过错，但他同时指出，AI 生成音乐也会给音乐人带来额外的竞争压力；他引用流媒体平台 Deezer 的一份报告，该报告显示平台每日新上传的音乐内容中，有 44% 为 AI 生成。这类 AI 生成音乐的播放行为往往和犯罪活动挂钩，例如纽约案件中史密斯所使用的 AI 生成音乐和自动化机器人。

智能吸尘器行业中争夺市场份额的竞争让 UPC 忙得不可开交

智能扫地机器人行业蓬勃发展，市场份额之争愈演愈烈，这一态势也在统一专利法院（UPC）体现得淋漓尽致。今年夏季，慕尼黑与海牙分院共新受理三起诉讼。

越来越多这类具备自主导航功能的实用设备正走进全球千家万户。随着设备日益普及，相关专利诉讼也接踵而至。目前，UPC 共有 6 起涉及智能扫地机器人的侵权案件，其中最新三起分别于 8 月末、9 月初提交至海牙分院与慕尼黑地方分院。纠纷的核心双方是两家中国厂商：石头科技（Roborock）与科沃斯（Ecovacs）。

据市场分析，这两家公司均在智能扫地机领域处于领先地位。分析师测算，2025 年该赛道全球市场规模达 125 亿美元；到 2035 年，全球营收有望增至 309 亿美元。数据分析机构 IDC 的数据显示，2025 年全球智能扫地机器人出货量为 2412 万台。近期，石头科技、科沃斯、追觅科技（Dreame）、云鲸机器人（Narwal Robotics）以及戴森（Dyson）5 家企业合计占据 40% 的市场份额。

动荡的市场

自前市场龙头、美国厂商 iRobot 于 2025 年末陷入财务

危机后，整个行业便一直处于动荡之中。iRobot 最终被其在中国长期合作的合同制造商 PICEA Robotics 收购。

如今，两家来自中国的现任行业头部企业也正承受这一格局变动带来的影响。非执业实体（NPE）以及其他基础专利持有人，也希望从这块不断壮大的市场中分一杯羹。石头科技与科沃斯不仅在 UPC 互相提起诉讼，在美国和中国的法院同样对簿公堂。有报道称，在欧洲，两家企业的整条产品线都面临专利侵权指控。倘若 UPC 认定侵权成立，企业将面临覆盖全欧洲的禁令，这使得在 UPC 提起的诉讼对消费品制造商而言尤为具有吸引力。

以牙还牙

2026 年 2 月，科沃斯向杜塞尔多夫地方分院提起针对中国同行的侵权诉讼（案件编号：UPC_CFI_0000604/2026）。科沃斯主张，石头科技侵犯其第 EP3808512 号欧洲专利，该专利保护的主体包括机器人定位方法、机器人设备以及存储介质。

本案将由杜塞尔多夫地方分院的第二合议庭审理。合议庭成员包括主审法官贝雷妮丝·托姆（Berenice Thom）、玛丽耶·克尼夫（Marije Knijff）、英戈·林肯（Ingo Rinken）以及具备技术资质的法官安德斯·汉森（Anders Hansson）。

在科沃斯起诉半年之后，石头科技于 8 月 31 日发起反击。新诉讼围绕石头科技的第 EP4011266 号欧洲专利展开，

该专利保护密封结构及智能清洁设备，石头科技指控竞争对手侵犯该项专利。

该案将由慕尼黑地方分院第一合议庭审理，由马蒂亚斯·齐甘(Matthias Zigann)法官主持。托马斯·阿多克(Thomas Adocker)和托比亚斯·皮希尔迈尔(Tobias Pichlmaier)共同组成合议庭(案号：UPC_CFI_0003142/2026)。

Papst 许可公司发起第二轮诉讼

Papst 许可公司是一家总部位于德国南部的 NPE，早在 2025 年就针对石头科技、科沃斯提起两起诉讼，率先在欧洲引爆智能扫地机器人专利纠纷。不过，这些诉讼与这两家竞争对手之间的纠纷本身并无关联。

2025 年 6 月 3 日，Papst 许可公司向慕尼黑地方分院对科沃斯提起侵权诉讼(案件编号：UPC_CFI_491/2025)，涉案专利为第 EP3494446 号欧洲专利，该专利保护了一种用于控制自主移动机器人的方法和装置。该诉讼主要指向科沃斯 Deebot 系列机型。

该案于 10 月 13 日由慕尼黑地方分院第一合议庭开庭，马蒂亚斯·齐甘(Matthias Zigann)主持审理，合议庭成员包括沃尔特·肖伯(Walter Schober)、托比亚斯·皮希尔迈尔(Tobias Pichlmaier)以及具备技术资质的法官阿兰·杜蒙(Alain Dumont)。与此同时，科沃斯已就 2 项专利提出撤销反诉。

同样在 6 月 3 日，Papst 许可公司依据第 EP3030943 号欧洲专利，对石头科技提起另一起诉讼。该专利保护了一种地板清洁设备的操作方法及地板清洁设备（案件编号：UPC_CFI_492/2025）。石头科技随即提起反诉，请求撤销该相关专利。

8 月迎来首份判决

在上述两起纠纷之外，Papst 许可公司还向慕尼黑地区法院另行起诉。但近期该公司在 UPC 针对石头科技的诉讼遭遇挫败。8 月中旬，慕尼黑地方分院驳回 Papst 许可公司就 EP3030943 号专利提起的侵权诉讼，该诉讼针对石头科技 S8、Q、Qrevo、Saros 系列产品的销售行为。

数日后，Papst 许可公司卷土重来，于 9 月初向海牙地方分院再提新诉（案件编号：UPC_CFI_0003153/2026）。这家德国 NPE 主张对方侵犯其第 EP3374834 号欧洲专利，专利保护机器人导航的地图分区技术。玛戈特·科克（Margot Kokke）将担任主审法官，罗伯特·范·佩尔塞姆（Robert van Peurseem）和文森佐·卡尼（Vincenzo Carni）将作为陪审法官共同审理此案。

根据法院卷宗，该 NPE 于 2024 年从已经破产的 RobArt GmbH 手中购得这批专利。

卡赫（Kärcher）也加入诉讼阵营

德国高压清洗设备制造商卡赫，也于 8 月中旬加入针对

中国智能扫地机器人的诉讼浪潮，在杜塞尔多夫地方分院起诉添可（Tineco）两家关联公司（案件编号：UPC_CFI_0003016/2026）。该案将由罗尼·托马斯（Ronny Thomas）法官主持，托马斯·阿多克（Thomas Adocker）和朱莉·舒马赫（Jule Schumacher）法官协助审理。

添可是科沃斯集团旗下独立智能家电品牌。卡赫主张对方侵犯其第 EP3079553 号欧洲专利，该专利保护地面清洁机器。目前尚不清楚具体涉及哪些产品。

然而，鉴于涉案专利数量庞大，UPC 以及各国地方法院的这批诉讼，很可能仅仅是开端。业内专家预计，法律纠纷将进一步蔓延，包括针对其他制造商的诉讼。

（编译自 www.juve-patent.com）

英国专利盒制度简介

英国专利盒是一项可自主选择适用的税制，旨在激励英国创新，并推动特定知识产权在英国境内开发与持有。总体而言，该制度允许符合条件的企业选择对所有归因于符合条件专利的利润适用较低的公司税税率，无论该利润是以专利使用费形式支付，还是包含在产品价格中。该减免措施使归因于符合条件专利及类似知识产权的全球利润有效税率降至 10%。鉴于英国主要公司税税率为 25%，利用“专利盒”制度可为符合条件的企业提供宝贵的税收减免。

该制度的适用资格基于“修正关联”原则，即考虑开发专利或产品所进行的研发活动所在的司法管辖区。通过要求税收减免的适用资格必须与研发支出直接相关，英国的“专利盒”制度旨在确保与知识产权开发相关的实质性经济活动在英国境内进行。

即便研发活动外包给无关联第三方，企业仍有可能享受专利盒税收减免。若两家及以上企业依据“成本分摊协议”联合开展研发，参与企业将被公平对待，该安排不会令任何一方获益或受损。企业需要留存完备记录，用以证明每一项专利对应的收入与支出凭证。

知识产权获取成本，以及外包给关联企业的研发费用，若总额不超过企业自身研发支出加上外包给无关联第三方研发支出合计金额的 30%，仍可适用专利盒制度。外包给关联企业（即便同为英国企业）的研发工作，或是购置知识产权产生的相关成本，可能会导致专利盒税收减免受到限制。企业集团可能需要调整架构，确保知识产权由实际发生研发支出的公司持有。

符合条件的知识产权

可享受英国专利盒政策的知识产权包括：

- 英国知识产权局授予的专利；
- 根据《欧洲专利公约》由欧洲专利局授予的专利；
- 其他指定欧洲经济区（EEA）成员国授予的专利，包括

奥地利、保加利亚、捷克、丹麦、爱沙尼亚、芬兰、德国、匈牙利、波兰、葡萄牙、罗马尼亚、斯洛伐克以及瑞典；

- 英国知识产权局授予或其他机构依据相关欧盟法规核发的医药或植物保护产品补充保护证书；

- 英国植物育种者权利与欧洲植物品种权；

- 部分适用于药品、兽药或植物产品的英国及欧洲数据保护或市场监管独占权。

和其他国家的专利盒制度不同，英国并未将软件著作权纳入符合条件知识产权范畴。

一项专利获得授权后，若后续依据专利法被认定无效，则自宣告无效之日起，该专利不再属于英国专利盒制度项下的符合条件知识产权。

哪些利润符合条件？

大体上，专利盒税率适用于企业从以下来源获得的利润中的一定比例：

- 授权许可或转让符合条件知识产权；
- 销售内含专利发明的产品；
- 在企业经营活动中使用专利发明；或者
- 因符合条件知识产权遭受侵权而获得的赔偿金。

企业常规生产制造、开发工作以及营销活动产生的利润不在减免范围内。

利润采用分项核算方法计算，将收入与支出划分为两

类：一类是知识产权相关收入，另一类是非知识产权收入。每一项独立知识产权都必须单独设立子核算项；若难以合理拆分，则按每件专利产品或产品系列单独核算。这种独立分项核算要求企业搭建完善的体系，把收支归集、匹配到对应的核算项目中。

开发条件

企业只有满足开发条件，才能选择适用专利盒制度。该条件规定企业参与符合条件知识产权开发的程度。仅仅持有专利，不足以享受专利盒税收减免。企业只需对申请专利盒减免的那部分知识产权满足开发条件即可。

总体而言，开发条件要求企业必须满足下述任一情形：

- 创造（或对创造）构成符合条件知识产权基础的发明作出重大贡献；或
- 为开发该发明或任何包含该发明的物品或工艺而开展大量活动。

某项活动是否具有“显著性”，需要综合全部相关情况判断。英国税务海关总署（HMRC）的指引明确说明：“仅就已获得的权利申请专利，或对已完全开发的专利、发明以及包含该发明的产品进行市场推广，均不足以满足条件。”

专利盒制度的改革

为落实经济合作与发展组织（OECD）在税基侵蚀和利润转移（BEPS）项目中提出的建议，减少跨国企业的国际避

税行为，英国在 2016 年对专利盒制度进行了全面修订。OECD 担心，除非这类优惠税制的适用和所在国的实质经济活动挂钩，否则专利盒这类税收优惠制度会被用来转移利润。

（编译自 www.pinsentmasons.com）

美国服装和鞋类协会敦促美国贸易代表办公室将本土平台列入 2026 年恶名市场报告

美国服装和鞋类协会（AAFA）于 10 月 7 日向美国贸易代表办公室（USTR）提交意见，建议 USTR 将 Facebook、Instagram、Alibaba.com、AliExpress 以及 DHgate 纳入《2026 年假冒和盗版恶名市场（NML）审议报告》。该信函表示，尽管 Alibaba 和 DHgate 此前已被列入该名单，但 Facebook 和 Instagram 迄今为止一直在“逃避追责”。

AAFA 代表 1100 余个服装、鞋履及缝纫制品品牌。上述五大平台，是协会从一份包含 38 个平台的候选清单中，经由会员投票排序筛选得出。信函显示，2025 财年，服装、鞋类和配饰继续占据美国海关与边境保护局查获的前十大商品榜单。AAFA 对 39 件假冒产品开展检测，结果显示 41% 的产品达不到美国及国际产品安全标准，检出邻苯二甲酸酯、铅、甲醛、镍等化学有害物质。这些不合格产品当中，至少 25% 是在 Meta 旗下平台购买，或是通过该平台进行营销推广。

AAFA 提出，按照各方意见，USTR“必须将本土平台列入名单，防止危险假冒商品流入线上市场、进入美国家庭”；因为将它们排除在外，相当于向美国和全球消费者“默许从销售假冒产品中牟利”。信函提及 Meta 平台日活跃用户规模达 36 亿，同时补充说明，协会并非要求将 Meta 公司或 Alibaba 整体纳入名单，仅针对上述点名的具体平台。信函写道：“一些助长欺诈行为、危及美国人安全的最棘手的在线‘市场’，长期以来因总部位于美国而在这过程中逃避了问责。会员反馈表明，本土平台是问题最严重的平台之一，危及美国人的健康与安全……。”

冒充品牌的欺诈广告仍是 AAFA 会员在 Meta 各平台上面临的最严重问题。信函援引路透社 2025 年 11 月的一项调查，该调查引用 Meta 内部文件估算，平台每日存在 150 亿条“高风险”诈骗广告，年度收益约 70 亿美元。有会员反馈，2026 年 2 至 6 月期间，近 800 个不同的 Facebook 页面累计产生约 2000 次举报，因为同一页面不得被反复举报。另一名会员在 2026 年上半年，在 Facebook 和 Instagram 平台累计下架超 12 万件假冒商品、逾 2.4 万条欺诈广告。

Meta 的品牌权益保护（BRP）工具将下架请求的上限设定为 100 条内容或账号，有会员发现，单条广告关联多达 1700 余条其他广告，这些广告无法被举报。另一名会员统计，在 2026 年 9 月的两周内，Facebook 平台启动内容下架的平均耗

时为 22 天，而 Instagram 仅需 3 天。某服务商会员则表示，平台合规表现尚可，处置行动通常开展及时。AAFA 要求平台落实卖家与广告商身份核验制度，公开发布针对重复侵权者的政策，并打通 WhatsApp 与 BRP 工具的对接通道。

9 月的两周内，某会员在 Facebook 上搜索一款热门 T 恤时，搜索结果中 100%都是假货，第一周有近 800 件，第二周有 600 件。另一名会员在 Instagram 上搜索同一款热门 T 恤时，第一周搜出近 3000 件假冒商品，第二周的数量超过 2500 件。

一名成员发现，9 月份在 Alibaba.com 上进行关键词搜索时，约 95%的结果是正品；另一名会员称，2026 年上半年，该平台对约 90%被举报的链接完成下架；但也有会员统计，2025 年 11 月至 2026 年 8 月，阿里巴巴国际站出现约 1200 条侵权商品信息，涉及约 550 个独立卖家，估算营收达 50 万美元。在 AliExpress 平台，一名会员关键词检索得出约 90%的检索结果符合规范，另有会员表示约 95%被举报的商品链接已下架；还有第三方统计，AliExpress 全平台生态内存在约 3000 条侵权商品信息，其中售出的约 7.3 万件商品为卖家带来了近 32 万美元的收入。

AAFA 介绍，Alibaba 平台实行两级重复侵权处置机制。“严重违规”适用“三振出局”规则；而“一般违规”则会累积处罚积分，累计 9 次违规才会关停账号。欧盟委员会于 7 月 20

日以违反《数字服务法》为由，对 AliExpress 处以 5.5 亿欧元罚款，据 AAFA 了解，AliExpress 已就此提起上诉。

一名会员提出“DHgate 应当被列入黑名单”；各品牌反映，逐个下架商品并不能解决卖家相关的其他商品列表、关联账户或重复违规行为。平台下架比例各不相同。一位成员称收到通知的商品中约 70% 被下架，另一位成员则称 2026 年上半年下架率接近 99%。成员们认为 brand.dhgate.com 上的知识产权保护门户是一个有用的举报机制。

信函还提及 Goofish/闲鱼（Xianyu）、Shopee、TikTok 以及 TikTok Shop，但未正式提名列入名单，因为上述平台未能进入前五。多名会员认为，人工智能是本年度最大的变化，不法分子利用 AI 制作欺诈广告、虚假网站、产品描述以及社交媒体内容。会员同时提到，被称作“顶级高仿货”的高品质假冒产品，正和低质假货一同增多。

AAFA 表示，各平台必须遵守与实体商店相同的要求，并在推广和销售假冒产品方面承担“同等责任”。

（编译自 ipwatchdog.com）

韩国商标特许权使用费暴涨 69%，业界呼吁出台明确定价规则

去年，大型企业集团下属关联企业为使用集团名称及标识所支付的商标特许权使用费，突破 2.2 万亿韩元。问题在

于，各家企业采用各自的方式与费率计算该特许权使用费，且不存在公开标准，用以预先判定特许权使用费达到何种水平即属于过高。韩国公平交易委员会已对部分企业的商标特许权使用费展开调查，社会各界呼吁出台明确标准，以区分正常交易与不公平交易。

根据国民政策委员会国民力量党议员宋彦锡（Song Eon-Seok）10月8日从韩国公平交易委员会获取的数据，2025年大型企业集团的商标特许权使用费总额达 2.2291 万亿韩元，较该披露制度实施的 2018 年（1.3184 万亿韩元）上涨 69%。同一时期，付费企业数量从 450 家增至 1025 家，收取费用的企业由 60 家升至 124 家。即便为排除披露范围扩大带来的影响，仅对比固定的 35 家企业集团，特许权使用费也从 1.2969 万亿韩元上涨 49.5%，达到 1.9388 万亿韩元。

按集团划分，去年收取费用规模分别为：SK 集团 3499 亿韩元、LG 集团 3490 亿韩元、韩华集团 1992 亿韩元、CJ 集团 1331 亿韩元。SK 集团与韩华集团较上一年分别增长 12.6%、10.9%。

商标特许权使用费通常依据会计师事务所评估的品牌价值，按关联企业营收的一定比例计算；广告宣传费用、内部交易营收有时会被剔除。适用费率区间在 0.072%至 0.5% 不等，但企业没有可预先参考的基准来判断合理定价。商标不同于普通商品，不存在可参照的市场价格，因此很难区分

合理使用费与超额使用费。

有观点提出，需要判定合理使用费的相关标准，防范所谓“招牌价值”被滥用，成为企业所有者家族攫取私人利益的工具。如果商标特许权使用费设定过高，就可能构成不公平的扶持，将利润输送给收取特许权使用费的特定关联公司。如果所有者家族在该关联公司中持有大量股权，则存在导致攫取私利的风险。

不过，仅仅使用费偏高或者所有者家族持股比例高，并不代表行为违法。事实上，过去 10 年间，韩国公平交易委员会从未有过因超额收取商标特许权使用费而处罚企业的案例。

对企业而言，亟需能够预先衡量合理使用费水平的标准。业内人士表示，需要具备可预期的具体判定标准，分清商标特许权使用费究竟是使用品牌的公平对价，还是关联企业之间不公平的利益转移。

宋彦锡表示：“监管行政工作的根本，就是事先清晰告知企业应当遵守的标准，并一贯执行。”他补充称，“韩国公平交易委员会应当明确相关标准，让各方能够预先判断合理使用费水平以及交易是否合法，以此提升行政处理的清晰度与可预期性。”

（编译自 biz.chosun.com）

欧盟知识产权局咨询委员会目前已收到 94 份手工艺和工业地理标志申请

手工艺与工业地理标志（CIGI）咨询委员会于 10 月 5 日在位于阿利坎特的欧盟知识产权局（EUIPO）办公场所召开第二次全体会议。来自各成员国、欧盟委员会以及 EUIPO 的代表齐聚一堂，梳理欧盟 CIGI 全新保护框架的落实进展。

欧盟这套制度自 2025 年 12 月正式投入运行以来，EUIPO 已收到来自 9 个成员国提交的 94 份 CIGI 申请，迄今已有 52 项 CIGI 完成注册。这些数据凸显了新欧盟保护体系的持续实施，该体系为手工艺和工业产品的生产商提供了欧盟层面的保护，涵盖与特定地理来源相关的产品名称。

目前收到的申请涵盖种类丰富的欧洲传统手工艺与工业产品。纺织类产品的申请占比最高，其次为服饰、石料与矿产品、陶瓷、珠宝首饰、乐器、玻璃及水晶制品，还有家具、餐具、钟表等产品。

各成员国积极参与全新的 CIGI 体系

本次第二次全体会议继 2026 年 2 月咨询委员会首次会议之后召开，借此机会复盘委员会成立以来的各项进展。

本次会议由新当选主席阿格里斯·巴塔拉乌斯基斯（Agris Batauskis）主持，EUIPO、欧盟委员会以及各成员国代表参会。EUIPO 与欧盟委员会分别通报各自相关工作最新情况，各成员国分享本国层面的推进进展。

此次会议得到了成员国的积极参与，共有 26 个成员国及欧盟委员会参与研讨，就新 CIGI 体系的实施发表意见。广泛的参与度体现出欧盟各方面对这套全新欧盟制度框架高度关注，也为各成员国交流本国实施经验与观点搭建平台。

此次交流同时增进各国主管机构、欧盟委员会与 EUIPO 之间的协作。EUIPO 就制度实施情况做了详尽通报，包含相关统计数据以及配套工作综述。各成员国对 EUIPO 在整个新系统实施过程中，特别是在申报前阶段所提供的有力支持表示赞赏。咨询委员会成员还就议事规则实施相关多项议题交换意见。

操作指南

自咨询委员会首次会议以来一项重要进展即《手工艺品和工业产品地理标志指南》的编制完成。

该指南经征询 EUIPO 管理委员会意见后，由执行局长正式通过，并于 2026 年 5 月发布。随着制度框架全面进入实际运行阶段，这份指南成为新 CIGI 系统落地实施的统一参考依据。

未来展望

随着申请量与注册数量持续增加，咨询委员会将继续作为各成员国、欧盟委员会、EUIPO 之间的合作平台，供各方交流经验与最优实践，保障 CIGI 体系在欧盟范围内得到统

一、连贯适用。

咨询委员会下一次常规全体会议计划于 2027 年下半年举行。

支撑 CIGI 系统的工具与指引文件

为方便相关主体使用该系统，EUIPO 持续提供完备的支持工具与指引材料。GIportal 是向 EUIPO 提交申请的核心平台。

依托 GIview 这一 CIGI 线上数据库保障了信息透明度，普通民众与企业均可免费访问该数据库。用户可查询已注册名称及申请详情，助力欧盟范围内各类主体做出知情决策。

与此同时，EUIPO 通过其在线学习门户网站推出了一系列培训，从而扩大了其教育服务范围。“CIGI 简明指南”课程对该体系进行了介绍，涵盖注册流程、产品技术规范、注册后要求等核心内容；另一门课程进一步帮助生产者及相关利益方熟悉业务流程、开展权利维权。

（编译自 www.euipo.europa.eu）

英国政府将探讨针对标准必要专利侵权案件的“以法院为依托”的 FRAND 认定程序

英国知识产权局（UKIPO）近日发布了一份新闻稿，宣布了一系列旨在制定指导方针和行政程序的措施，以提高标准必要专利（SEP）许可方面的透明度和效率。这份备受期

待的公告让那些对拟议中的 SEP 专利使用费率程序和强制披露规定的前景感到担忧的 SEP 专利权人松了一口气，不过英国政府仍计划探索引入“以法院为依托”的程序，以便在英国法院的专利侵权诉讼早期阶段确定公平、合理、无歧视（FRAND）的许可义务。

英国政府修订后的 SEP 措施未设立费率裁决通道

自 2020 年以来，英国法院已成为 SEP 纠纷的首要审理地。当年，英国最高法院在一系列裁决中（包括“Unwired Planet 诉华为”案），确认了其对全球 SEP 案件的管辖权，以及根据 FRAND 原则确定全球专利使用费率的能力。2021 年底，UKIPO 就 SEP 及其许可过程中存在的相关问题征询了公众意见，进而于 2025 年 7 月提出了一项提案，计划设立“费率裁决通道”并提高 SEP 许可费率的透明度——尽管有观点担忧此类措施实际上可能阻碍技术标准内创新成果的许可。

UKIPO 这次公布的“一揽子针对性、务实措施”，旨在确保英国政府在远超本国边境范围之外的领域拥有裁决 SEP 纠纷的权限。虽然不会强制要求披露许可信息，但英国政府计划建立一项自愿程序，通过该程序，权利人可向 UKIPO 提供与 SEP 相关的信息，包括用于更好地识别相关 SEP 的框架。英国政府还旨在通过建设性互动来改善诉讼前的行为，促进当事方之间更有效的信息交流，并为替代性争议解决（ADR）途径提供明确指引，同时与行业利益相关方合作，制定关于

善意 SEP 许可的实用指南。

此前拟推出的费率裁决通道原本计划由英国高等法院下属的知识产权企业法院（IPEC）逐案裁定 SEP 的 FRAND 许可费率，但该方案并未纳入 UKIPO 这次发布的措施中。不过，英国政府将与英国法院协作，拟在英格兰及威尔士各地法院（不限于 IPEC）构建程序，在侵权诉讼早期建立一套确定 FRAND 义务的程序。相关工作包括为选择 FRAND 路径的当事人制定指引，其中可能包括由 UKIPO 主导的 FRAND 意见服务——该服务将基于此前就其可行性征集证据的结果而设立。

修订后的 SEP 举措对实施者而言结果喜忧参半，但对专利权人总体利好

UKIPO 的新闻稿正式确认，现阶段不会推出费率裁决通道，也不会落地此前提议的专利必要性核查服务。UKIPO 称，今年 7 月 15 日至 10 月 7 日开展 SEP 咨询，共收到企业、行业代表机构及其他具备 SEP 许可经验主体提交的 93 份反馈意见。新闻稿提到，多数利益相关方大体支持针对性改革以提升 SEP 许可生态的效率，但在实现这些目标的最合适解决方案以及是否需要政府干预的问题上，许多反馈意见存在分歧。

多个国家都借 SEP 纠纷的全球性特点，谋求提升自身在专利诉讼领域的影响力。虽然英国的法院和行政机构都将注

意力转向裁定全球许可费率，并威胁要颁布禁令，阻止科技公司进入全球最赚钱的经济体之一，但禁诉令的日益广泛使用，却在那些希望将侵权诉讼留在中国法院审理的科技实施者中颇受欢迎。欧盟（EU）也于 2024 年提出了 SEP 透明度措施，要求披露被认定为技术标准所必需的专利资产，尽管这些计划于次年被欧盟议会正式搁置。

UKIPO 修订后的 SEP 措施对技术实施者而言喜忧参半：技术实施方理论上可以受益于 FRAND 许可指引以及可检索的 SEP 信息数据库。但英国某知识产权律所合伙人杰里米·史密斯（Jeremy Smith）与助理迈克尔·查尔顿（Michael Charlton）指出，政府本次改革总体上对 SEP 权利人有利。他们表示：“政府的这份回应……保留现有的 SEP 许可框架，没有增设重大的新型监管负担。”他们指出提案的初衷是帮助中小企业更好理解自身的许可义务，但英国政府的提案中没有任何一项旨在降低诉讼成本，或以其他方式平衡中小企业被许可方与大型标准必要专利所有者之间的谈判地位。

（编译自 ipwatchdog.com）

南非商标 10 年未用，为何仍能起死回生？

一件商标若近 10 年无人问津，按常理本难逃被撤销的命运。然而，在 Altron 诉 Tracker 一案中，残存的商誉却为这枚商标续了命。这不仅凸显了诉讼资格与司法裁量权在“不

使用撤销”程序中的关键作用，更抛出了一个棘手的问题：独占性权利究竟该靠“老本”吃多久？

商标的“保质期”有多长？

一件注册商标若连续 5 年未被使用，通常就会命悬一线。但在 Altron Ltd 诉 Tracker 一案中，比勒陀利亚高等法院面对的却是一枚虽近 10 年未曾使用，却依旧稳居注册簿上的商标。此案由此演变为一场关于诉讼资格、残余商誉以及法院在不使用撤销程序中裁量权边界的精彩探讨。

纠纷概览

Tracker 名下有 4 项注册商标，均为“TAKING BACK TOMORROW”（夺回明天）这一标语，分别注册于第 35、37、39 和 45 类商品/服务项下。该标语是其大型广告活动的核心，并长期作为 Tracker 品牌的重要标识。双方无争议的事实是：自 2016 年起，Tracker 便再未使用过该商标。

Altron 公司希望采用“TAKE ON TOMORROW”（迎接明天）这一标语，遂依据《商标法》第 27(1)(b)条，以连续超过 5 年未使用为由，申请撤销 Tracker 的上述注册。

看似简单的不使用撤销申请

Altron 的论据十分直接：该条款规定，连续 5 年不使用的注册商标可予撤销。既然 Tracker 自 2016 年起便未使用，该商标理应被撤销。

商誉果真能“不死”吗？

尽管 Tracker 对未使用的事实并无异议，但主张不能因此就简单认定商标应当被撤销。其强调，该广告活动曾投入超过 1.45 亿兰特，在全国电视和广播中高频次曝光，盛况空前。此外，Tracker 还提交了专家证词等证据，力图证明该商标至今仍为消费者所熟知，商誉犹在。在 Tracker 看来，使用虽已停止，但多年积累的品牌认知和商业信誉依然具有现实价值。

诉讼资格的门槛

在进入实体审理前，法院需审查 Altron 是否符合第 27(1) 条所规定的“利害关系人”资格。法院详细梳理了相关判例，重申申请人必须证明其具有真实的商业利益，而非仅为推测性或学术性的关切。

实际上，Altron 的立场存在明显矛盾。一方面，它主张两商标并不构成近似混淆，因此其自身注册不应受阻，其申请已获有条件核准即为佐证，同时认为 Tracker 对商标近似的担忧纯属多虑。可另一方面，它又执着地申请撤销 Tracker 的在先注册。法院认为，这两者之间逻辑上难以自洽。既然对方的商标既不相近、也不构成障碍，那将对方连根拔除，究竟能带来什么真实的商业利益？Altron 始终未能给出令人信服的答案。

据此，法院裁定 Altron 不具备诉讼资格。

残余商誉成为焦点

尽管仅凭诉讼资格的认定便已足以驳回此案，但法院并未止步于此，而是进一步就实体问题作出审理。这显然是防备其关于诉讼资格的判断在上诉中被推翻。

该判决中最值得关注的部分，正是对“残余商誉”的论证。法院强调，商誉并不会因使用停止而必然消散。是否存在残余商誉，属于事实认定问题，需综合考量多项因素，例如：过往使用的规模与时长、前期广告的影响力、公众持续的认知度，以及竞争者的相关行为等。

适用上述原则，法院认定 Tracker 已证明其拥有实质性的残余商誉。作出此结论的依据包括：相关广告活动持续约 9 年；广告投入超过 1.45 亿兰特；在全国电视和广播中获得了广泛的曝光；拥有包括“记忆”系列在内的经典广告；该广告活动持续可在网上观看；Altron 未对 Tracker 提交的专家证词提出异议；法院认为相关证据足以证明 Tracker 的品牌及其商誉仍具有持续的商业价值。

因此，法院裁定，尽管该商标多年未使用，其仍享有可观的商誉。

一条被堵死的法定路径

Tracker 还试图援引《商标法》第 27(5)条作为挡箭牌。该条规定，受《巴黎公约》保护且符合第 35(1)条含义的驰名商标，可以免于被“不使用”条款撤销。Tracker 指出，现行对该条款的解释在本国与外国权利人之间划出了一道不合理

的分界线，法院对此也表示认同。但问题在于，法院仍受 Blue Lion Manufacturing Ltd 诉 National Brands Ltd 一案判决的约束，该案将第 27(5)条解释为仅向符合条件的外国权利人驰名商标提供保护，本国权利人则被排除在外。因此，法院认为自己无权突破这一先例。

如此一来，Tracker 无法依赖第 27(5)条获得豁免。残存商誉本身也不能为其提供独立的不使用抗辩依据，其意义仅在于法院行使裁量权时作为考量因素。

裁量权的安全阀

本案的另一个重要意义在于，它强调“不使用”的证据并不必然导致商标被撤销。

法院明确指出，即使撤销的法定条件已经成立，其仍保留是否撤销注册的裁量权。这一裁量权必须司法化行使，综合考量残存商誉、误导可能性、申请人行为以及公共利益等相关因素。

在认定 Tracker 拥有实质性残存商誉，并对 Altron 的部分行为提出批评之后，法院最终行使裁量权驳回了撤销申请。

本案的意义何在

“不使用撤销”申请往往被视为一种相对机械的程序：5 年不用？商标就从注册簿上移除。

但本案表明，实际情况要复杂得多。即使撤销的法定条

件已经满足，也不意味着必然会被撤销。该判决确认，即使长期不使用是双方无争议的事实，实质性的残存商誉仍可能在法院的裁量评估中发挥决定性作用。

推而广之，本案折射出商标法在两大目标之间的左右为难：既要保证注册簿上都是真实使用的商标，又要保护商家多年经营攒下的商誉。

对商业现实的承认

本案判决的亮点之一，在于对商业现实的承认。

品牌不会在一夜之间从公众记忆中消失。有些广告活动给人留下持久的印象，在停止投放后仍能持续产生商誉。法院对这一商业现实的承认，与“声誉可能在使用结束后继续存续”的既有原则是一致的。

此外，法院似乎也受到了一些证据的影响，这些证据表明他人仍能从 Tracker 的品牌及商誉中感知到商业价值。从这个角度看，该判决反映了法院不愿让其他经营者坐享他人经年投入和市场曝光所积累的商业价值。

值得商榷之处

尽管如此，该判决仍不免招致批评。

第一个问题是，这一判决是否削弱了“不使用撤销”制度的目的。法院自己也承认，注册簿本应收录那些正在使用或意图使用的商标，而非充当闲置商标的仓库。“不使用撤销”承担着重要的公共利益功能，即防止注册簿杂乱无章、促进

商业确定性、维护注册簿的严肃性。

第二个问题更为棘手，涉及残存商誉的证明标准。Tracker 的证据无疑证明了其广告活动过去曾极为成功。但更难回答的是：在实际使用停止近 10 年后，消费者是否仍将“TAKING BACK TOMORROW”与 Tracker 联系在一起？

法院对此给出了肯定的回答。然而，这一结论主要是通过历史广告活动的成功、巨额广告投入、专家证词、广告内容持续在线以及相关商业活动等间接证据推断出来的，而非通过直接证据（比如通过市场调查了解消费者当下的认知）来证明的。

历史成功证据是否足以证明经过如此长时间不使用后仍有持续声誉，恐怕仍将是一个争议话题。当然，并非每个案件都必须做消费者调查，但直接的市场证据无疑能为判断该标语是否仍在消费者心中发挥来源识别作用，提供更坚实的基础。

法院对诉讼资格的认定也可能引发质疑。企业在启用新品牌前，可能会通过申请撤销闲置注册商标来降低未来风险和商业不确定性。一方可能真心认为某一商标造成混淆的风险较低，但仍希望消除一个未来可能成为障碍或争议源头的注册。在此背景下，法院驳回 Altron“预防性利益”的做法，可能被认为设定了过于严苛的诉讼资格门槛。

更深层的问题

Altron 诉 Tracker 案的意义在于，它承认了评估“不使用”的后果时，不能撇开商标积累的商誉不谈。

该判决表明，在存在实质性残存商誉且法院认为整体情况不利于撤销的情况下，长期不使用并不必然导致注册被撤销。但这并不意味着残存商誉必然能保住闲置的注册。在本案中，Altron 连诉讼资格都未能建立；即便建立了，法院也会行使其裁量权拒绝撤销。

法院多次强调，“不使用撤销”条款的目的在于防止注册簿杂乱无章，确保其反映真实商业使用的商标。然而，自 2016 年以来便未使用的注册商标，却在近 10 年后抵御住了撤销挑战。

因此，那个棘手的问题依然存在：残存商誉要到何时才不再足以支撑独占性权利？保持注册簿清晰无碍的公共利益，又应在何时优先？

如果说商誉能在实际使用停止后长期维持商标的生命，那么真正的挑战就在于：人们必须弄清楚，记忆究竟在哪个时间点上悄然变成了垄断。毕竟，商标注册簿不该是坟墓，但也不该是亡灵永生的地方。

（编译自 www.mondaq.com）

禁酒令、好莱坞和凯撒沙拉：一段始于墨西哥的商标故事

名厨朱莉娅·查尔德（Julia Child）曾称之为“风靡全美的传奇沙拉”，1953年巴黎国际美食家协会更将其评为“美洲50年来最伟大的食谱”。凯撒沙拉的成功与风靡，历经数十年而不衰，毋庸置疑。然而，这道名菜的真正起源与历史，却远不如它的名声那般清晰。

1924年，凯撒·卡蒂尼（Caesar Cardini）如何发明了凯撒沙拉

关于这道菜的由来，最主流的说法是：1924年7月4日，凯撒·卡蒂尼在墨西哥蒂华纳首创此菜。卡蒂尼最初在萨克拉门托开了一家餐厅，后来搬到圣地亚哥，但到了1920年代，为逃避禁酒令，他将生意迁至蒂华纳。据传（卡蒂尼的女儿罗莎在2003年去世前也一直这样讲述）1924年独立日那天，卡蒂尼的生意火爆，但厨房里的食材却快见底了。他随手将手边的罗马生菜、帕玛森奶酪和面包丁凑在一起，又用橄榄油、鸡蛋、大蒜、帕玛森奶酪、柠檬汁和伍斯特酱调成酱汁浇上去。这道沙拉一炮而红。当时大批美国影星和好莱坞名流为喝上一口不受禁的酒而涌入蒂华纳，顺带尝到了卡蒂尼的沙拉，它的名气也随之迅速传开。

1948年，卡蒂尼的专利与商标

1948年，卡蒂尼以“卡蒂尼原创凯撒沙拉酱混合料”之名，为这款沙拉酱的配方申请了专利，同年还拿下了“Caesar Cardini's”、“Cardini's”和“Original Caesar Dressing”等联邦商

标注册。1956 年卡蒂尼去世后，他的女儿接手了生意，最终于 1988 年将公司出售。如今，“Cardini’s”和“Caesar Cardini’s”两项商标归 T. Marzetti 公司所有。

为什么“凯撒沙拉”这个名字本身不能被注册为商标

值得注意的是，早在 1948 年，“Caesar’s Salad”一词就已名声在外，因被视为描述性词汇，卡蒂尼未能为其获得商标保护。尽管如此，卡蒂尼的商业头脑依然可圈可点，他尽可能地将名称和配方中能够保护的部分都纳入保护范围，既维系了其创作作品的商业价值和商誉，也确保了品牌的持久生命力，为后世留下了稳固的经济保障。

（编译自 www.mondaq.com）

韩国绿色能源专利优先审查制度

2025 年 1 月 28 日，美国专利商标局终止了气候变化缓解试点项目（CCMPP），美国专利申请人从此失去了一条低成本、优先审查特定“绿色”专利途径的重要通道。不过，放眼全球，其他司法管辖区仍保留了绿色专利优先审查的选项。

韩国知识产权部（MOIP）依据《专利法》第 61 条及《专利/实用新型优先审查请求公告》（现行版本为 2026 年 2 月 23 日起施行的第 2026—3 号公告），允许与绿色技术直接相关的专利申请，即《应对气候危机碳中和与绿色增长框架法》

所界定的绿色技术，获得优先审查。自 2025 年初起，可获得优先审查的“绿色技术”相关专利申请，涵盖以下预先界定的具体绿色能源技术类别：二氧化碳捕集；先进核电；氢能与氨能；先进出行技术；可再生能源。

优先审查流程—请求的提出

要享受加快审查的便利，申请人必须提交优先审查请求书（可在提出实质审查请求的同时或之后提交）。与美国不同，韩国的实质审查并非自动启动，申请人需另行提交审查请求，且须在申请日起 3 年内提出。优先审查请求可以与审查请求同时提交，也可以在其后的任何时间提交，但不得早于审查请求。法律未规定优先审查请求的法定截止日期，只需在审查终结前提交即可，但实务中越早越好。

请求材料包括优先审查请求书、随附的事实理由陈述，以及证明符合优先审查资格的证明文件。值得注意的是，通过绿色技术路径申请优先审查，无需提交检索报告或相关现有技术文献。

优先审查请求需缴纳官费，发明专利为 20 万韩元，实用新型为 10 万韩元。该费用独立于实质审查请求费，需另行缴纳。

如果申请在提交后不久（约 1 至 2 个月）即被 MOIP 归类为“绿色能源”技术类别，则优先审查请求的提交相对简单。MOIP 在每件新申请的专利申请提交后不久，即会按技术领

域对其进行分类。涉及前述预定义绿色能源技术类别的申请，将被归入 MOIP 的碳中和绿色技术分类代码（例如 GAG/GAC/GBG 系列，如 GAGxxx、GACxxx、GBGxxx 代码，其中 xxx 为 3 位数字）。凡被归入上述碳中和绿色技术分类代码的韩国专利申请，MOIP 即认定其属于绿色能源范畴。

在此情况下，申请人只需提交优先审查请求书，并在其中注明该申请已被归入 MOIP 碳中和绿色技术分类代码（如 GAG/GAC/GBG 系列代码之一），即可较为便捷地获得优先审查。

但如果韩国专利申请未被归入 GAGxxx 代码，申请人仍有可能获得优先审查，但需在提交优先审查请求时详细说明该申请为何应被视为绿色能源技术。例如，申请人可在请求书中说明：“本发明涉及某技术特征，属于 GAG800（二氧化碳捕集）分类。”若该说明能够说服审查员，则申请仍可能符合优先审查资格。

优先审查流程—首次审查意见的时限

优先审查申请的裁定通常在请求提交后约一个月内作出。实践中，流程大致如下：请求先经过形式审查（约 7 天），随后案件转交审查员，审查员接收案件后约 7 天内作出是否给予优先审查的裁定，其余时间则用于分类和内部移交。

若优先审查请求获得批准，首次实质审查意见通常在请

求提交后约两到 3 个月内寄出，大幅加快了韩国绿色能源专利申请的审查进程。

具体而言，优先审查裁定作出后，审查员必须在裁定发文日起两个月期限届满当月最后一日之前启动审查（PPH 或 PCT—PPH 案件为 3 个月）。从请求提交日起算，首次审查结果一般约 3 个月内发出（PPH 案件约 4 个月），如需补充陈述或证明材料，则时间相应延后。

作为实务参考，MOIP2026 年数据显示，优先审查的平均首次审查意见等待周期约为 2.1 个月，而普通审查则约为 14.7 个月。

优先审查流程—首次审查意见后的时限

优先审查的加快待遇贯穿整个审查程序，后续所有程序均优先处理。但与美国类似，韩国的优先审查并不会缩短申请人的答复期限。如收到驳回理由通知，申请人享有标准的指定答复期（通常为 4 个月，可申请延期）用以提交书面意见及/或修改文件。最终决定一般在优先审查裁定作出后约 4 个月内作出。

关于申请人答复后的再审时机，MOIP 适用以下规则：

若申请人在 4 个月答复期内提出缩短审查意见答复期限的请求，案件将在答复期限缩短后、审查员接收案件之日起 4 个月内处理。

若未提出此类缩短请求，案件将在答复截止日届满后、

审查员接收案件之日起 4 个月内处理。

MOIP 指出，实际处理时间可能因技术领域、审查员工作量、修改范围以及是否需要补充现有技术检索而有所差异。简言之，若申请人希望进一步加快进程，可提交答复期限缩短请求，使审查员无需等待答复期届满即可着手处理案件。

韩国优先审查制度对美国申请人的价值

路径一：借道韩国，通过 PPH 加速美国审查

希望加快其美国申请审查的申请人，若其申请涉及 MOIP 认可的合格绿色能源技术，且不愿支付优先审查费，则可通过韩国优先审查制度获益，即在韩国提交对应申请，并以该申请涉及合格绿色能源技术为由请求优先审查。一旦 MOIP 发出韩国申请权利要求可予授权的通知，申请人即可依据专利审查高速路（PPH）请求其美国申请获得特殊处理，并将美国申请的权利要求修改为与韩国申请可授权权利要求一致。经 PPH 获得特殊处理的美国申请，将被提前审查，并在整个审查过程中持续享有特殊待遇。

截至 2025 年 10 月，经 PPH 获得特殊处理的美国申请，其审查周期因技术领域而异，美国专利商标局的目标是将 PPH 申请的审查周期控制在同技术领域非 PPH 申请的一半左右。

路径二：即便不走 PPH，也可借韩国审查摸清现有技术

即便申请人不通过 PPH 在美国进行审查，韩国的优先审查程序也能帮助美国申请人更好地了解其发明所涉及的最接近的现有技术。这些信息可指导申请人在审查早期对权利要求进行修改，从而有助于缩短整体审查周期。

路径三：先走 PCT 国际检索，再进入韩国

此外，若申请人希望在韩国审查之前先由美国或其他专利局进行检索，可提交指定美国或其他专利局为国际检索单位的国际申请。收到国际检索单位的有利书面意见后，申请人可进入韩国国家阶段，并以申请涉及合格绿色能源技术为由请求优先审查（随后可依据韩国优先审查程序中获授权的专利权利要求，对应修改美国申请的权利要求）。

（编译自 www.mondaq.com）

美国专利案例聚焦：从 Socket Solutions 案看权利要求解释的关键

掌控权利要求术语的含义对于撰写强有力的专利至关重要，而在侵权诉讼中，提前规避常见的权利要求解释问题则对专利的保护范围影响深远。在 *Socket Solutions, LLC 诉 Import Global, LLC* 一案中，联邦巡回法院推翻了地方法院颁发的初步禁令，理由是在权利要求解释上存在多处错误。该案充分说明，将权利要求的措辞与说明书中对相关术语的描述有效对应起来，具有何等重要的意义。

核心启示

说明书中没有依据的限定条件，法院不会用来解释权利要求术语；

未使用“装置”一词的权利要求术语，可被推定为不属于“装置加功能”类术语；

若要推翻这一推定，则说明书必须未能针对该权利要求术语“叙述足够明确的结构”。

Socket Solutions 拥有美国第 9509080 号专利，该专利涉及一种电壁装插座盖板，可将插座的插孔隐藏起来。Socket Solutions 起诉 Import Global，称其“Neat Socket”产品侵犯了第 9509080 号专利的权利要求 19，并申请了初步禁令。地方法院批准了初步禁令，Import Global 随即提起上诉。Import Global 在上诉中指出，地方法院批准初步禁令是基于对背板和插脚这两个术语的错误解释。本文的分析将聚焦于联邦巡回法院对这两个术语解释的论述。

首先，关于权利要求术语“背板”，地方法院将其解释为“盖板中与前面板相对、且包含至少一组电插脚的部件”。Import Global 在上诉中辩称，该术语应指“当装置插入墙壁插座时，装置中最靠近墙壁插座的部分”。联邦巡回法院否定了这两种对“背板”的解释，因为两者都“引入了说明书并未要求的空间参照限定条件”。

联邦巡回法院明确指出，权利要求用语与说明书之间必

须存在关联，才能支持对权利要求术语的解释。法院特别引用了 Phillips 诉 AWH Corp.一案的判例，该案指出：“对权利要求的解释，应当最贴合其措辞，同时也最自然地与专利说明书对发明的描述相一致，这样的解释才是正确的。”在检索完说明书中对“背板”的描述后，联邦巡回法院认为，侧重于“背板”厚度的解释最为恰当，因为“书面描述明确根据背板来定义盖板的厚度”。

其次，关于权利要求术语“插脚”，地方法院将其解释为一种“装置加功能”限定。联邦巡回法院驳回了地方法院的这一解释，因为“插脚”一词并未使用“装置”二字，而且说明书中记载的结构，本领域技术人员足以据此合理确定其具体构成。联邦巡回法院确立了这样一个可反驳的推定：当权利要求术语未使用“装置”一词时，该术语不应被解释为“装置加功能”限定。由于“插脚”未包含“装置”一词，因此存在反对将其解释为“装置加功能”限定的推定。然而，这一推定可以被推翻，“如果挑战者能够证明，该权利要求术语未能叙述足够明确的结构，或者仅叙述了功能而未叙述执行该功能的足够结构。”联邦巡回法院指出，第 9509080 专利的说明书将“插脚”定义为一种结构，这一点双方并无争议。因此，联邦巡回法院得出结论，反对将“插脚”解释为“装置加功能”术语的推定并未被推翻。这再次凸显了书面描述在权利要求解释中的重要作用。

联邦巡回法院在 **Socket Solutions** 案中的判决，强调了将书面描述与权利要求用语保持一致的重要性。说明书与权利要求术语之间的任何脱节，都可能使法院以非预期的方式解释权利要求中的限定，从而削弱专利的保护范围，使专利权人容易遭受侵权。因此，务必确保权利要求术语与其在说明书中的描述相符，这一点至关重要。即使说明书未明确定义某些术语，也必须确保其预期含义不依赖于说明书中未记载的限定条件。

（编译自 www.mondaq.com）

东京法院认定声音享有公开权：生成式 AI 时代社交媒体平台及内容创作者面临的影响

2026 年 9 月 30 日，东京地方法院作出一项具有里程碑意义的判决，认定个人声音可依据日本的公开权获得保护——这是日本国内首个将该保护范围延伸至名人姓名与肖像之外的司法裁判。

本判决出台之际，生成式人工智能（AI）正迫使全球各法域厘清合成媒体的法律边界。尽管法院最终基于程序理由驳回了诉请，但该判决确立了重要的法理基础，并向在日本运营的 AI 开发者、平台以及内容创作者发出明确信号。

争议焦点：AI 生成语音内容

本案由一名知名配音演员（“原告”）针对某大型短视频

社交媒体平台运营商（“平台运营方”）提起，争议焦点在于平台运营商利用 AI 技术生成模仿原告声音的内容。原告向平台运营商提起诉讼，要求删除未经授权使用生成式 AI 模仿其声音的视频。

某匿名账号向其 21 万余名粉丝发布上述视频。2024 年 7 月至 2025 年 9 月期间，该账号发布了至少 188 段讲述都市传说和超自然故事的视频。观众评论称，视频旁白与原告极具辨识度的声音高度相似。该账号于 2026 年 5 月被注销，相关视频在法院作出判决前已从平台运营方服务器中删除。

平台运营方抗辩称，发帖人曾在外部网站说明，该声音是利用一位朋友的语音训练 AI 模型生成，并主张不存在违法情形或权利侵权。平台运营方还提出，由于账号及全部相关数据已删除，原告不再具备提起诉讼的受保护利益。

法院认定：日本公开权可保护声音

本案承办法官的判决首次在声音场景下探讨日本公开权的保护范围。法院作为一般原则认定：

- 个人声音，如同肖像，属于“人格象征”，因此可受公开权保护。

- 若表演者声音被未经许可使用，且该使用被认定旨在利用声音吸引顾客的能力，则构成对公开权的侵犯；这与日本最高法院在“Pink Lady”案（2012 年）中针对姓名和肖像确立的“专属”标准一致。

法院未就涉案特定视频是否侵害原告公开权这一实质问题作出裁决。由于相关视频已从平台运营方服务器删除，法院认定平台运营方不再负有进一步删除义务，据此驳回原告诉讼请求。

本判决并未处理原告依据《反不正当竞争法》提出的补充主张：即发帖人通过制造与原告声音的混淆，每月获利 50 万至 75 万日元。

此判决与日本法务省的解释性指导意见如何契合

东京地方法院的判决与日本法务省（MOJ）释放的解释方向保持一致。2026 年 4 月，日本法务省组建由知识产权学者与执业律师构成的研究小组，研讨生成式 AI 时代声音的法律保护问题。

该小组于 2026 年 8 月发布的报告得出以下结论：

- 能够识别特定个人的声音（例如名人或知名表演者的声音）可获得法律保护。

- 个人享有“未经许可其声音不得被使用的权利”，这既认可了声音作为人格权的一部分，也认可了其作为公开权的维度。

法院将声音定性为“人格象征”，应获得与姓名、肖像同等的公开权保护，该观点与 MOJ 的解释立场完全契合。司法与行政层面的进展共同表明，日本逐渐形成共识：即便尚无专门立法，现有法律原则也适用于声音保护。

关于侵权内容的未决问题

尽管本判决是重要里程碑，但仍遗留多项关键问题尚未解决：

- 相似度证明：证明 AI 生成声音与名人声音“相同”，远比证明肖像冒用或姓名盗用困难。法院未阐明证据标准，侵权认定门槛尚不明确。

- 平台责任：由于涉案视频在判决前已删除，法院未就侵权内容仍在线时平台的义务范围发表意见，包括通知下架义务，以及托管 AI 语音内容可能产生的间接侵权责任。

- “专属”标准适用范围：依据“Pink Lady”案框架，构成公开权侵权的前提是该使用行为旨在“专属”地利用其吸引顾客的能力。该标准如何适用于兼具娱乐与商业属性的 AI 语音内容（例如通过叙述内容实现变现的账号），仍有待厘清。

- 不正当竞争诉请：判决对《反不正当竞争法》项下主张未置一词，因此声音克隆能否依据日本反不正当竞争规则追责仍存疑问，该项下可能提供更广泛、更灵活的诉因。

- 后续立法：日本目前尚无明文保护声音权利的成文法规。虽然法院与 MOJ 拓展了现有法理，但日本演员协会等行业团体仍持续呼吁出台专门立法保护，理由是诉讼成本高、损害规模巨大。某非营利组织近期一项调查显示，社交媒体上有超过 4 万条帖子涉嫌未经授权使用名人声音及肖像，预估经济损失达 20 亿至 45 亿日元。

全球多个法域陆续出台保护声音免受 AI 仿冒的法律进展。这一裁决标志着日本对这一全球趋势作出的独特贡献。

这项里程碑判决的意义

本判决及法务省的解释指引，对 AI 与文娱全产业链均具备现实影响。

对 AI 开发者与平台

- 对训练数据集进行审核，排查其中是否包含可识别个人的语音数据，尤其是名人和演艺人员的数据。在使用此类数据训练语音合成模型之前，务必确保已获得适当的同意或许可。

- 审核并强化内容审核与下架流程。法院以内容已被删除为由驳回诉讼的裁决，凸显了及时采取行动的重要性——快速下架可以成为有力的抗辩理由。

- 部署技术防护手段，例如语音识别或声纹工具，识别并标记可能复刻特定自然人声音的 AI 生成内容。

对文娱及传媒企业

- 更新与表演者、配音演员的合同，明确规定人工智能对其声音的使用事宜，包括允许使用的范围、训练权、合成再现权以及报酬条款。

- 制定内部规范，管理在影视制作、广告及宣传物料中使用 AI 生成或 AI 修改语音内容的行为。

对品牌与广告商

- 在使用与可识别名人声音相似的 AI 生成的配音时应谨慎行事。即便 AI 输出并非完全复刻，若利用该相似性进行商业利用，被提起公开权诉讼的风险会上升。

- 在营销、广告活动中使用 AI 合成的艺人声音前，取得艺人的明确授权协议。

对艺人及经纪机构

- 在聘用合同中协商专门的 AI 条款，明确规定语音数据可（及不可）如何被使用、保留和商业化。

- 监测平台上未经授权的 AI 语音复刻内容，并及时采取行动要求下架。本案表明，在判决前删除相关内容可能会使索赔失去意义。

- 考虑留存语音样本或保存相关证明文件，以便在未来采取任何维权行动时，有助于证明作品之间的相似性。

（编译自 www.jdsupra.com）