知识产权海外风险预警专刊

2026 年 10 • 总第 90 期

中国保护知识产权网

目 录

国际组织 5

全球无形资产估值新网络成立，推动估值实践发展 5

INTA 呼吁美国最高法院裁定商标显著性认定须由陪审团决定 6

欧洲专利局撤销了莫德纳公司关于 mRNA 疫苗的一项关键专利 6

美国 7

美国法院驳回“合理使用”主张，欧盟考虑针对生成式人工智能进行版权改革 7

美国版权局就音乐流媒体欺诈问题征求意见 8

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 10

美国专利案例聚焦：从 Socket Solutions 案看权利要求解释的关键 11

TOPCon 太阳能专利争端新篇章 12

美国法院维持 MillerKnoll 对标志性泡泡吊灯设计的所有权 13

欧盟及成员 15

TOWA 赢得慕尼黑地区法院初步禁令：禁止 Accord 销售抗凝药达比加群 15

InterDigital 在慕尼黑法院向迪士尼索赔 1.017 亿欧元 15

形状之艺：三角巧克力缘何稳居欧盟不可撼动的三维商标地位 17

英欧《实施卫生与植物卫生措施协定》对植物育种者意味着什么？ 19

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 20

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 22

统一专利法院慕尼黑分院维持 DivX 流媒体专利有效，欧洲专利局随后撤销该专利 23

法国“等待我的铂金包”案：妙语口号，还是商标侵权？ 24

统一专利法院对华大智造德国有限公司下达 DNA 测序设备销售禁令，禁令效力覆盖英国 25

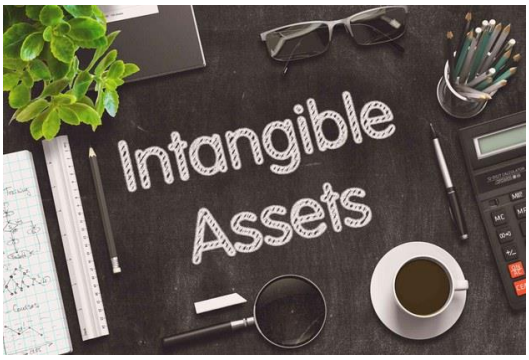
英国 27
英国知识产权局启动知识资产管理中心 27
数字复制品：英国围绕人工智能生成的声音引发的担忧重新点燃了人格权之争 30
UKIPO 贸易标准调查报告显示英国假冒玩具调查行动增长 32
英国专利法院重申英国法下“可信性”的判断门槛 33
英国政府将探讨针对标准必要专利侵权案件的“以法院为依托”的 FRAND 认定程序 35
英国专利盒制度简介 36
“小猪佩奇”版权方胜诉：英国高等法院对“Wolfoo”作出罕见宽泛国际禁令 38
泽西岛建立本地商标体系，脱离英国商标体系 39
澳大利亚 40
澳大利亚知识产权申请的最新趋势 40
支持“人类艺术创作”：纯人工智能生成录音作品无缘澳大利亚 ARIA 榜单 43
韩国 45
韩国知识产权部通过专利大数据探索人工智能、太空和生物的未来增长战略 45
韩国知识产权部 2027 年大幅增加预算支持创意和知识产权发展 46
韩国绿色能源专利优先审查制度 48
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 50
印度 51
印度专利侵权案件赔偿额屡创新高：原因探析 51
标签之外：印度食品安全与标准管理局对品牌身份欺骗的管辖边界 52
积压、瓶颈与快车道：最新专利局数据透露的印度专利审查周期 55
数字广告中的商标保护：德里高院最新判例重塑搜索平台责任规则 56

其他 58
热点案件背后的法理：5 起名人纠纷中的知识产权核心规则 58
马来西亚拟议专利链接制度最新修订 61
印度尼西亚颁布 2026 年知识产权新收费标准，强化知识产权商业资产属性 63
印尼宪法法院恢复反“常青化”专利条款 65
约旦工业产权局截至 8 月共颁发 83 项专利和近 4900 个商标 66
沙特阿拉伯新《著作权法》：人工智能企业需知事项 67
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 69
摩洛哥知识产权申请量攀升，品牌扩张与创新活力凸显 71
南非文化部长指责电影业在盗版问题上采取双重标准 72
南非商标 10 年未用，为何仍能起死回生？ 74
超越商标：美妆品牌在巴西的知识产权保护 76
专利数据显示，将减肥药用于治疗癌症的趋势正在兴起 78
禁酒令、好莱坞和凯撒沙拉：一段始于墨西哥的商标故事 79

国际组织

全球无形资产估值新网络成立，推动估值实践发展

全球无形资产估值网络（IAVN）近日成立，汇聚知识产权、估值与商业化领域的领先机构，着力弥合无形资产估值方法缺乏全球一致标准的空白。



新成立的全球无形资产估值网络（IAVN）汇聚了知识产权、估值及商业化领域的领先机构，旨在加强全球实践并提升无形资产估值能力。

如今，品牌、专利、数据及其他无形资产已构成全球企业价值的主体，但目前仍缺乏全球一致、可信赖的估值方法。新成立的全球无形资产估值网络（IAVN）汇聚了知识产权、估值及商业化领域的领先机构，致力于加强全球实践并提升无形资产估值能力。

该网络由国际商标协会（INTA）、国际评估准则理事会（IVSC）、国际许可贸易工作者协会（LESI）、世界知识产权组织（WIPO），以及新加坡知识产权局（IPOS）和新加坡估价师与评估师学会（IVAS）共同发起成立。

重要意义

随着企业越来越多地从无形资产（包括知识产权）中获取价值，市场对可信、可靠且可支撑决策的估值实践的需求从未如此迫切。可靠的估值现已成为商业、金融及政策决策的关键依据，涵盖融资、交易结构设计乃至国家创新战略制定等方方面面。

各创始成员均为此项工作贡献其专业所长：INTA 通过举办全球"整合知识产权、金融与估值"系列研讨会及其他活动，汇聚品牌所有者、企业与金融界；IVSC 将无形资产纳入国际评估标准，为估值提供全球框架，并在其 2025—2028 年议程中将无形资产估值列为优先发展事项；LESI 拥有全球许可与估值的实践经验；WIPO 通过与金融部门合作、提供实用框架及能力建设，推进知识产权金融与估值工作；IVAS 则在 IPOS 及行业伙伴支持下发布无形资产估值指南。

IAVN 的主要工作

IAVN 将作为一个专门的全球平台，汇聚具有互补专长的机构，分享知识、交流观点，在尊重估值所处的不同法律、监管及商业环境的前提下，促进最佳实践的国际协调。该网络将：召集政策制定者、估值专业人士、知识产权专家、企业及其他利益相关方开展对话；开发实用工具，包括指南、资源及案例研究，以增强对估值的信任；以及创建共享知识库，确保全球从业者和政策制定者均可获取。

下一步规划

创始成员将以 3 年试点起步，为无形资产估值领域更深入的国际合作奠定基础。IAVN 期待与志同道合的机构携手，推进高质量的无形资产估值实践，造福企业、投资者、政策制定者及更广泛的创新社群。

（编译自 www.ipos.gov.sg）

INTA 呼吁美国最高法院裁定商标显著性认定须由陪审团决定

国际商标协会就 Rise Brewing 诉百事可乐案向美国最高法院提交法庭之友意见书，主张商标显著性认定在当事人申请陪审团审理时应由陪审团作出。



据国际商标协会（INTA）官网消息，在 RiseandShine 公司（以经营号 Rise Brewing 开展业务）诉百事可乐公司一案（案件号：24——1016）中，INTA 已向美国最高法院提交了一份法庭之友意见书，敦促最高法院作出如下裁定：在当事人已正式申请陪审团审理，且案件事实不支持作出简易判决或法律裁判的情况下，商标显著性强弱的判定必须交由陪审团完成。

Rise Brewing 公司向美国纽约南区联邦地区法院起诉百事可乐公司商标侵权，主张百事可乐使用“RISE”标识的行为存在引发反向混淆的可能性。该案件核心争议在于：Rise Brewing 所持的“RISE”商标是否具备较强显著性，该要素是法院判断混淆可能性的考量因素之一。地区法院支持了 Rise Brewing 公司提出的临时禁令申请，将商标显著性认定为事实问题，最终裁定“RISE”属于暗示性商标，具备足够强的显著性，作出了有利于 Rise Brewing 公司的裁定。

百事可乐就此提起中间上诉，美国第二巡回上诉法院撤销一审裁判，直接从法律层面认定：Rise Brewing 公司的“RISE”商标固有显著性较弱。案件发回重审后，纽约南区地区法院明确表示受第二巡回上诉法院前述裁判的拘束，必须认定该“RISE”商标作为咖啡品牌使用时，在法律层面即属于固有显著性较弱的商标，据此作出支持百事可乐的判决。Rise Brewing 公司就该判决提起上诉，第二巡回上诉法院维持了地区法院作出的简易判决。随后 Rise Brewing 公司向美国最高法院申请调卷复审，2026 年 6 月 29 日，美国最高法院准予调卷，拟对以下法律问题进行审查：依据《美国法典》第 15 编第 1114 条，在混淆可能性分析环节，商标显著性是否属于事实问题。

该协会在法庭之友意见书中指出：全美所有联邦巡回上诉法院中，仅第二巡回上诉法院将“商标显著性”分析中的部分内容划为纯粹法律问题。第二巡回上诉法院近期作出的“商标显著性分析中的概念显著性要件属于法律问题，而非事实问题”的裁判，与美国最高法院既有先例相悖，意见书援引了 Hana Fin., Inc. 诉 Hana Bank 案以及美国专利商标局（USPTO）诉 Booking.com B.V. 案作为核心依据。该协会进一步补充主张：这类高度依赖事实场景判断的事项——包括普通消费者对商标的实际认知、同领域第三方商标的密集程度、商标显著性强弱的判定，按照美国传统司法规则，理当由事实裁判者（陪审团）完成认定。（编译自 www.asiaiplaw.com）

欧洲专利局撤销了莫德纳公司关于 mRNA 疫苗的一项关键专利

欧洲专利局上诉委员会撤销莫德纳一项 mRNA 疫苗核心专利，为其与拜恩泰科、辉瑞的缠讼

写下新的一章，围绕 mRNA 技术的诉讼预计仍将继续。



莫德纳（Moderna）、拜恩泰科（BioNTech）与辉瑞（Pfizer）之间的法律纠纷出现新进展。继莫德纳近期在杜塞尔多夫和伦敦的国家法院取得胜诉后，欧洲专利局（EPO）上诉委员会将这场纠纷核心的关键专利彻底撤销。尽管如此，这项裁定很可能只是一个篇章的落幕，因为围绕 mRNA 疫苗的诉讼预计还将继续。

今年 9 月，EPO 上诉委员会撤销了一项 mRNA 疫苗核心专利，莫德纳正是依据该专利对 BioNTech 和辉瑞提起诉讼。

在为期两天的口头审理中，第 3.3.08 上诉委员会撤销了 EP3590949 号专利，该专利此前在一审程序中维持有效。尽管上诉委员会尚未公布裁定理由，但 JUVE 专利新闻的调研显示，“追加内容”禁令是其中一个因素。该委员会撤销该专利的理由为：所主张的客体超出了原始专利申请所包含的信息范围。该裁定再次体现，EPO 对新增内容规则的解释，比欧洲各国国家法院更为严格。

后续还有多起诉讼待审理

本次裁定对莫德纳是沉重打击，它推翻了莫德纳此前在伦敦与杜塞尔多夫国家法院取得的胜诉成果。相关诉讼还涉及 EP3718565 号专利，而上诉委员会早在今年 1 月就已裁定撤销该专利。

即便失去这些专利，各方之间的诉讼大概率仍会继续。首先，EP3590949 号专利衍生出多项分案申请：EP4435100 仍处于审查阶段；更早的分案申请 EP4108671 目前正在经历异议程序。

莫德纳、辉瑞、拜恩泰科和科维赛克（CureVac）拥有庞大专利组合。统一专利法院（UPC）登记册初步显示出新的诉讼战场。例如，登记册记载，已被拜恩泰科收购的科维赛克，向 UPC 海牙地方分院针对莫德纳提起新诉讼，案涉 EP4108769 号专利（案件编号：UPC_CFI_0001407/2026）。

（编译自 www.juve-patent.com）

美国

美国法院驳回“合理使用”主张，欧盟考虑针对生成式人工智能进行版权改革

美国法院近期驳回一起版权案的合理使用抗辩，同时欧盟委员会正考虑推进版权改革，凸显平衡内容创作者与人工智能开发者利益的政策难题。



一位专家表示，近期美国法院判决的一起版权案件，凸显出政策制定者在平衡内容创作者与人工智能开发者利益时面临的难题。

专攻人工智能与版权领域的塞里斯．温．戴维斯（Cerys Wyn Davies）律师发表了上述评论。此前欧盟委员会表示，正考虑推进版权改革，以应对生成式人工智能使用受版权保护内容所带来的各类挑战。

欧盟委员会已邀请内容创作者、人工智能开发者及其他利益相关方，提出他们认为应当采取的应对举措。列出的干预方案包括：在欧盟版权法框架下出台新的强制性规定，借助“软法工具”深化自愿合作，以及采取非立法措施以支持人工智能对受版权保护内容的访问和使用。

这场欧盟委员会的公众咨询活动持续至 2026 年 11 月 3 日，咨询启动当日，美国上诉法院就在汤森路透（Thomson Reuters）媒体公司与罗斯智能公司（Ross Intelligence Inc.）的纠纷中驳回了“合理使用”抗辩。

罗斯智能开发了一款人工智能法律检索引擎。该产品所使用的训练数据包含威斯特法律（Westlaw）数据库发布的法律摘要。这些摘要提炼法律要点以及法院相关裁判细节。拥有威斯特法律数据库作品版权的汤森路透此前拒绝授予罗斯智能许可，禁止其使用相关内容来训练其竞争性产品，并主张罗斯智能在未经许可的情况下，将 Westlaw 摘要用于产品训练，因此应承担侵权责任。

美国上诉法院在近期作出判决，认定汤森路透的相关材料具备版权保护资格，罗斯智能对该材料的使用不属于美国版权法规定的“合理使用”例外情形。全球范围内已有多起围绕人工智能数据输入与模型训练相关版权问题的诉讼，本案只是其中一例。

（编译自 www.pinsentmasons.com）

美国版权局就音乐流媒体欺诈问题征求意见

美国版权局就音乐流媒体欺诈发布调查通知，针对机器人账号农场、播放列表灌水等虚增流媒体数据行为征求公众意见。



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 39 件样品为 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。

（编译自 ipwatchdog.com）

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

美国服装和鞋类协会建议贸易代表办公室将 Facebook、Instagram 等五个平台列入 2026 年恶名市场报告，称抽检假冒产品中 41%不符合安全标准。



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一过程中逃避了问责。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，因为同一页面不得不被反复举报。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）

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

联邦巡回法院在 Socket Solutions 案中推翻地方法院初步禁令，指出其在权利要求解释上存在多处错误，为专利撰写与诉讼提供重要启示。



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）

TOPCon 太阳能专利争端新篇章

受联邦限制多晶硅进口措施影响，第一太阳能将撤回 TOPCon 专利 337 调查投诉，转而在联邦法院继续推进诉讼，显示专利作为战略资产的独立价值。



内容提要：鉴于联邦政府采取限制多晶硅及其衍生品进口的措施，美国第一太阳能公司（First Solar）表示将撤回其涉及 TOPCon 专利的 337 条款投诉，但将继续在联邦法院推进现有专利诉讼。这一决定表明，专利即使不涉及企业核心技术，亦可作为战略资产加以运用；同时反映出联邦贸易政策能够对企业知识产权战略产生影响。

美国最大的太阳能技术与制造企业美国第一太阳能公司日前宣布，计划撤回其根据美国《关税法》第 337 条提起的申诉，并终止目前正在美国国际贸易委员会（ITC）审理的调查。该公司表示，将继续在联邦法院推进现有的 TOPCon 专利诉讼，包括针对阿特斯太阳能（Canadian Solar）、晶科能源（Jinko Solar）和天合光能（Trina Solar）的诉讼。First Solar 方面解释称，此举系回应联邦政府近期针对多晶硅及其衍生品进口采取的国家安全措施："特朗普政府依据第 232 条采取的行动有助于在边境创造公平的竞争环境，我们比以往任何时候都更加坚定地维护我们的知识产权，并在国内捍卫法治。"

涉案专利涉及 n 型隧穿氧化层钝化接触（TOPCon）电池，这是一种先进的硅基太阳能电池。第一太阳能公司并不生产 TOPCon 太阳能电池，其专长是碲化镉（CdTe）太阳能电池。第一太阳能公司于 2013 年收购了这套 TOPCon 专利组合。

此后不久，中国企业比亚迪（同时生产太阳能产品）提起诉讼，要求法院就第一太阳能公司的一项 TOPCon 专利作出不侵权、无效及不可执行的宣告性判决。

这场仍在进行的 TOPCon 专利之争表明，关键专利即使不涉及公司的核心技术，也可能成为战略资产。此外，近期事态发展凸显出政府政策会对专利维权策略产生影响。能源行业高管不仅应当评估其专利组合能否保护现有产品，还应评估这些专利能否通过许可或维权产生战略价值。同时，能源行业高管需要考量如何将联邦贸易政策纳入知识产权战略。（编译自 www.jdsupra.com）

美国法院维持 MillerKnoll 对标志性泡泡吊灯设计的所有权

美国第六巡回上诉法院维持原判，认定 MillerKnoll 依据 2006 年特许权使用费协议有权使用并拥有尼尔森"泡泡吊灯"设计的知识产权。



摘要

在 Nelson 诉 MillerKnoll 一案中，美国第六巡回上诉法院维持了地区法院对家具设计师乔治．尼尔森（George Nelson）继承人的不利判决，认定家具公司 MillerKnoll 依据 2006 年的一份特许权使用费协议，有权使用并拥有尼尔森"泡泡吊灯"设计中的知识产权。该上诉法院进一步认定，尼尔森家人在得知 MillerKnoll 主张所有权后，仍继续接受特许权

使用费付款，从而追认了其与 MillerKnoll 之间的安排。

背景与地区法院裁决

乔治.尼尔森曾担任家具公司 Herman Miller（即现在的 MillerKnoll）的家具设计师。在职期间，尼尔森设计了如今闻名遐迩的“泡泡吊灯”灯具。该吊灯的特许权使用费起初由口头协议管辖，后转为书面协议，但 2006 年，尼尔森的遗孀杰奎琳（Jacqueline）同意签署一份取代此前协议的书面特许权使用费协议。

2006 年的特许权使用费协议规定，支付特许权使用费以换取与某些“经许可的”尼尔森设计产品相关的权利，前提是“Herman Miller 拥有这些产品的权利”。虽然该协议未明确涵盖泡泡吊灯，但规定双方将来可以增加其他产品。后来的补充附件将 2006 年特许权使用费协议的范围扩大，明确纳入了“尼尔森品牌灯具产品”以及原 2006 年协议未涵盖的所有“尼尔森品牌产品”。

与此同时，另一家家具公司取得了“乔治．尼尔森”文字商标以及“泡泡吊灯”文字商标和商业外观的注册。由此引发了诉讼。案件最终达成和解，Nelson 家族拿回了“乔治．尼尔森”商标，而 MillerKnoll 则获得了泡泡吊灯相关的知识产权。

多年后，尼尔森家族起诉 MillerKnoll，主张对泡泡吊灯知识产权的所有权。地区法院驳回了其主张，认定双方协议授权 MillerKnoll 拥有并使用泡泡吊灯知识产权，且尼尔森家族根据这些协议接受了数百万美元的特许权使用费付款，已构成对协议的追认。尼尔森家族提起上诉。

第六巡回上诉法院上诉审理

第六巡回上诉法院认同双方协议授权 MillerKnoll 拥有并使用泡泡吊灯知识产权。该上诉法院认定，尽管协议中提及“经许可的”产品，但 2006 年协议及其后的补充附件合在一起，“明确无误地授权”MillerKnoll 拥有并使用泡泡吊灯知识产权，而不仅仅是获得该知识产权的许可。协议规定 MillerKnoll 对协议所涵盖产品拥有“排他性权利、所有权和权益”，这充分表明协议反映的是所有权权利。虽然 2006 年原协议未明确涵盖泡泡吊灯知识产权，但允许双方增加新产品，而双方也通过补充附件做到了这一点。

第六巡回上诉法院还赞同地区法院支持 MillerKnoll 的替代性理由，即尼尔森家族通过按照协议条款接受特许权使用费付款，追认了 MillerKnoll 对泡泡吊灯知识产权的使用和所有权。具体而言，尼尔森家族在得知 MillerKnoll 主张泡泡吊灯知识产权所有权后，仍在随后的 13 年里持续接收并接受 MillerKnoll 就泡泡吊灯销售支付的特许权使用费。该上诉法院认定，尼尔森家族接受合同项下特许权使用费利益的行为，构成对泡泡吊灯产品相关合同的追认。

策略与结论

本案提醒人们，合同语言清晰明确至关重要。2006 年协议中“许可”与“所有权”用语之间的张力，存在产生歧义的可能性，而最终需要通过诉讼来解决。此外，当事人应当注意，在协议项下持续接受利益可能构成对未来索赔请求的放弃。一旦当事人得知其认为协议项下存在不当行为后，继续接受与该行为相关的利益，可能构成对合同的追认。

（编译自 www.mondaq.com）

欧盟及成员

TOWA 赢得慕尼黑地区法院初步禁令：禁止 Accord 销售抗凝药达比加群

慕尼黑地区法院就抗凝药达比加群酯片剂颁布初步禁令，支持仿制药厂商 TOWA 的专利权人地位，涉案专利有效性的最终判决仍待联邦专利法院作出。



两家仿制药厂商发生纠纷，TOWA 在与竞争对手 Accord 的诉讼中取得部分胜诉。慕尼黑地区法院针对甲磺酸达比加群酯活性成分的片剂形式颁布了一项禁令。该药物属于抗凝药。德国联邦专利法院关于该项专利有效性的正式判决仍待作出；而初步裁定支持专利权人 TOWA。

TOWA 是一家日本仿制药厂商。和其他仿制药企业一样，该公司持续优化制剂配方，开发所谓增值药品。在此业务模式下，仿制药厂商也会成为专利权人。TOWA 因此拥有专利 EP2817000，该专利保护“达比加群酯口服药物组合物”，是一项针对勃林格殷格翰（Boehringer）原研药泰毕全（Pradaxa）的制剂专利。该款抗凝药物用于成人与儿童血栓的治疗和预防。该项制剂专利由孟买的 Rubicon 研究所的三名研究人员发明。

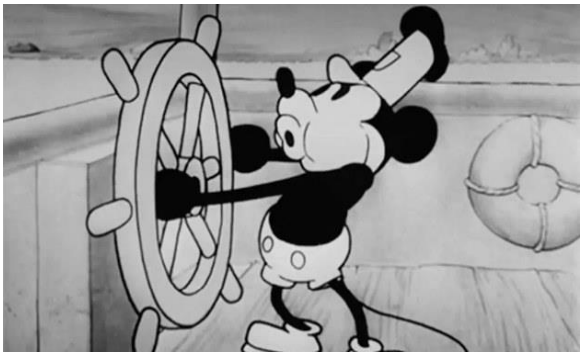
仿制药厂商 Accord 曾凭借其达比加群酯硬胶囊产品在该市场开展经营。由胡贝图斯．沙赫特（Hubertus Schacht）主审的慕尼黑地区法院现已颁布临时禁令，上诉期尚未届满。

欧洲专利局（EPO）对专利作出限制性维持

此前，德国联邦专利法院出具初步意见，认可该专利有效。正式判决尚未下达。今年 1 月，EPO 技术上诉委员会以限缩形式维持该专利效力（案件编号：T1179/23）。 （编译自 www.juve-patent.com）

InterDigital 在慕尼黑法院向迪士尼索赔 1.017 亿欧元

InterDigital 向慕尼黑地区法院提起损害赔偿诉讼，就一项 HDR 视频流媒体专利主张 1.017 亿欧元赔偿，索赔期覆盖迪士尼+在德国上线至判决作出。



InterDigital 与迪士尼（Disney）的纠纷进入新阶段。继慕尼黑地区法院 2025 年 11 月颁发禁令后，InterDigital 已向慕尼黑地区法院提起损害赔偿诉讼，就 EP2132923 专利（案件编号：7O8870/26）的侵权行为主张 1.017 亿欧元赔偿。该专利涉及 HDR 技术，用于提升视频流媒体画质。2025 年 11 月，慕尼黑法院认定该专利有效，判定迪士尼构成侵权，法院批准了 InterDigital 针对该流媒体服务提供商提出的禁令申请。此后，迪士尼已对该判决提起上诉。

本次损害赔偿请求涵盖自 2020 年 3 月迪士尼+在德国上线起，至 2025 年末慕尼黑法院作出判决期间，迪士尼对涉案技术的使用行为。InterDigital 称，侵权行为的影响不止于德国：迪士尼在法兰克福附近运营服务器集群，向其余 19 个欧洲国家的迪士尼+用户传输码流。

InterDigital 主张，这项高动态范围（HDR）技术是迪士尼欧洲高级订阅套餐的核心组成部分，该套餐相比基础套餐每月额外收取 5 欧元订阅费。慕尼黑禁令下达后，迪士尼选择停止向欧洲订阅用户提供杜比视界（Dolby Vision）内容，而非购买相关许可。

逐步升级的系列诉讼

本次索赔是 InterDigital 自 2025 年 2 月对迪士尼发起全球维权大战的最新进展。自那时起，这家美国科技企业已在巴西、德国以及统一专利法院（UPC）取得多项禁令，覆盖迪士尼+、ESPN+和 Hulu 所使用的视频编码与流媒体技术多个领域。

慕尼黑地区法院已就字幕叠加、HDR 技术、高效视频编码（HEVC）方法相关专利颁发禁令。UPC 曼海姆地方分院于 2026 年 6 月裁定迪士尼侵犯了 EP2465265 号专利，该专利保护帧内色度编码技术（案号：UPC_CFI_86/2025）；杜塞尔多夫地方分院于同年 7 月就 EP2449782 专利颁布了覆盖 11 国范围的禁令，该专利涉及帧内预测信号传输（案件编号：UPC_CFI_87/2025）。在这两项 UPC 判决中，合议庭均驳回迪士尼的公平、合理、无歧视（FRAND）抗辩，认定该流媒体运营商属于不愿接受许可的实施方。

2026 年 9 月，杜塞尔多夫地方分院认定迪士尼侵犯 EP2080349 专利（该专利最初由索尼提交申请），专利保护设备间媒体内容传输技术（案件编号：UPC_CFI_297/2025）。受此判决影响，迪士尼在德国与荷兰的迪士尼+关闭谷歌投屏（Google Cast）功能，用户无法再通过谷歌电视棒（Chromecast）将移动端内容投屏至电视。

对消费者的影响与后续诉讼

在前期一系列判决之后，迪士尼逐步从其欧洲服务中移除了高端功能。2026 年早些时候，平台撤下杜比视界、HDR10+以及 3D 内容，随后又停用了德国迪士尼+上的 4K 超高清（UHD）和 HDR 支持。8 月初，德国的高端订阅用户被授予了提前解约权。

InterDigital 表示，损害赔偿金额的计算依据包括：该专利对迪士尼+依托杜比视界提供高级内容所起到的作用、超过 5 年的侵权时长，以及从法兰克福向其余 19 个欧洲国家跨境传输码流的事实。

本次损害赔偿诉讼不会影响双方其他未决案件，包括近期就迪士尼使用 VP9 编码格式而提起的 UPC 诉讼，InterDigital 主张 VP9 同样落入 EP2465265 号专利保护范围。迪士尼尚未就该系列诉讼发表评论。

（编译自 www.juve-patent.com）

形状之艺：三角巧克力缘何稳居欧盟不可撼动的三维商标地位

欧盟知识产权局撤销处 2026 年 7 月 8 日裁定维持三角巧克力三维商标有效，显示出历史悠久的外形商标在欧盟仍可拥有稳固的权利边界。



在欧盟境内，三维商标（又称外形商标）的保护工作，一直是一项需要多方权衡的复杂工作。既要维护市场自由竞争，又要认可企业付出的创造性劳动，两类诉求需要相互调和，这也使得三维商标的权利边界时常面临考验。

欧盟知识产权局商标撤销处 2026 年 7 月 8 日作出的裁定（无效案号：C67425），充分体现了一件历史悠久的三维商标权利稳固程度（也就是三角巧克力标志性的三角尖状凸起造型）。

本案由波兰米拉诺股份两合公司（Millano spółka z ograniczoną odpowiedzialnością SKA），即商标无效宣告申请人，对阵商标权利人卡夫食品瑞士控股有限公司（Kraft Foods Schweiz Holding GmbH）。

糖果行业之争：米拉诺公司与卡夫食品的博弈

本案争议对象为欧盟三维商标（EUTM）第 31237 号。该商标于 1996 年 4 月 1 日提交申请，主张 1995 年 10 月 2 日的瑞士优先权，1998 年 1 月 28 日完成注册，核定使用在第 30 类商品：“巧克力、巧克力制品、可可、糖果糕点、食用冰”。该商标保护的巧克力外形特征为：拥有统一底座，并且连续排布多块可拆分的三角尖状凸起，也就是大众熟知的三角巧克力经典造型。

申请人米拉诺公司依据《欧盟商标条例》（2017/1001 号）第 59 条第 1 款 a 项，提起商标无效宣告申请，援引该条例第 7 条第 1 款 b 项（商标不具备显著性），以及第 7 条第 1 款 e 项第 i、ii、iii 目规定的绝对驳回理由，即：该外形完全由商品本身固有属性所形成；该外形为实现某项技术功能所必不可少；或者该外形使商品获得实质价值。

外观设计与法律：技术功能止于何处，商标保护始于何处？

欧盟知识产权局商标撤销处需要厘清核心问题：这款整块巧克力，带有底座以及 12 处可拆分三角尖状凸起的三维造型，是否具备商标效力？还是说，该造型会因为技术功能性、商品固有属性、重大美学价值，或是本身不具备固有显著性，而落入商标绝对禁止保护的范畴？

外观设计胜诉：欧盟知识产权局维持这件三维标志性商标有效

在 2026 年 7 月 8 日的裁定中，欧盟知识产权局商标撤销处全盘驳回无效宣告申请，第 31237 号三维商标效力得到完整维持。同时裁定米拉诺公司承担全部程序费用，合计 450 欧元。

裁定解读：如何认定功能性问题

这份裁定的核心价值，在于欧盟知识产权局针对申请人提出的各项理由，开展了条理清晰、严谨充分的分析：

外形由商品自身性质所决定（《欧盟商标条例》第 7 条第 1 款 e 项 i 目）

申请人主张，该三维造型来源于三角巧克力产品本身的固有属性。欧盟知识产权局不支持该观点，指出巧克力本身并不存在天然、固有的特定外形。不同于那些造型选择十分有限的产品，巧克力可以被制造成各式各样的形态，例如平板巧克力、球形

巧克力等等。此外，本案将涉案商标与意大利传统吉安杜奥多巧克力（ Gianduiotto）进行对比的主张，被认定不具备参考意义；涉案商标视觉特征组合复杂，绝非简单孤立的三角形造型。

为实现某种技术效果所必需的外形（《欧盟商标条例》第 7 条第 1 款 e 项 ii 目）

这是米拉诺公司的主要抗辩理由：巧克力分割成三角区块，便于掰成小块食用，该技术效果甚至在 1910 年奥地利专利中就已有记载。

欧盟知识产权局重申司法判例确立的核心规则：适用该驳回事由，要求外形全部核心特征都为实现该技术效果所必需。即便巧克力可以掰成小块确实属于产品优势，但尖顶三角峰块，连同统一底座上的排布方式，并不是实现该效果的技术刚需。普通平板巧克力，只需要设置矩形凹槽，就完全可以实现同等的易掰断效果，无需采用这种独特山峰式外观。

外形给产品带来重大价值（《欧盟商标条例》第 7 条第 1 款 e 项 iii 目）

申请人提出，权利人在广告宣传中重点渲染三角造型，该外形给巧克力赋予了重大价值。

商标撤销处对此明确：法律意义上的“价值”，不能和商标的知名度、市场声望混为一谈。食品领域，消费者选购巧克力首要看重口味与口感，而不只是几何外观。该驳回条款设立初衷，是防止企业借商标制度规避专利、外观设计有限的保护期限；该规则主要适用于耐用工业品或者奢侈品，比如家具、高端扬声器，并不适用于食品，食品一经食用，外形就会直接消失。

固有显著性（《欧盟商标条例》第 7 条第 1 款 b 项）

最后关于显著性问题，欧盟知识产权局指出，举证责任归于无效宣告申请人。申请人需要证明：商标申请日（1996 年）之时，该商标就不具备显著性。申请人仅列举市场上另外三款产品：健达巧克力、健达缤纷乐、奇巧巧克力。欧盟知识产权局认定该证据不足以支撑主张：仅三件案例，无法证明 1996 年的行业通用样式；从视觉上看，上述产品都是平板、矩形或者圆弧造型，和三角巧克力山峰状三维结构完全不同。因此涉案外形和糖果行业的常规设计存在明显区别。

结语：一件标志性三维商标得到法律确认

综上，欧盟知识产权局商标撤销处这份严谨的裁定，强化了经典外形商标的司法保护力度。全盘驳回米拉诺公司全部主张，再次明确：不能仅因某一款设计深入人心、成为公众熟知的标识，就以其商业成功和知名度为由，否定设计者的商标权利。

虽然这份 2026 年 7 月 8 日作出的裁定，还可以在文书送达后两个月内向欧盟知识产权局上诉委员会提起上诉，但本案已经是卡夫食品的重大胜利。裁定夯实了这款独特巧克力轮廓的合法地位，确认三角巧克力峰块造型，完全可以作为商品来源识别标识获得保护，抵御竞争者试图把该外形演变为通用设计的企图。

本案给未来创作者与品牌方带来的启示

这份裁定，给知识产权权利人、外观设计者提供数条重要实务参考：

保护力度强，但取得保护门槛高

三维商标是效力极强、可永续存续的保护工具，但前提是外形需要显著区别行业常规，并且具备多重记忆点视觉要素。本案中就是统一底座，搭配 12 处由凹槽分隔的三角尖状凸起形成的组合造型。

无效程序中举证责任标准严苛

想要挑战数十年前注册的商标效力，无效申请人必须提交确凿证据，证明商标申请当时就已经不具备显著性。实务中，想要还原 30 年前的市场客观情况，举证难度极大。

专利、外观设计、商标三者的边界关系

即便过往存在已经到期的工艺或者设备专利，也不当然否定三维商标效力；只要商标最终外形，并非仅仅来源于专利的纯粹技术功能特征即可。

广告宣传与 “重大价值”认定

食品品牌在营销中着重宣传产品原创外形，打造独特卖点，并不会触发《欧盟商标条例》第 7 条第 1 款 e 项 iii 目的否定评价；前提是消费者购买产品，主要还是取决于产品本身的食用属性，例如口味、口感等。

（编译自 www.mondaq.com）

英欧《实施卫生与植物卫生措施协定》对植物育种者意味着什么？

英国与欧盟拟议的《实施卫生与植物卫生措施协定》将影响植物品种保护走向单一权利路径、转基因生物监管趋同等一系列法律问题。



自英国脱欧以来，英国农业食品行业一直面临不少困难，主要原因是需要额外的认证和管制，例如植物检疫证书和边境检查。这对在英国与欧盟之间进出口植物的英国企业造成了显著的财务影响。有鉴于此，英国与欧盟正着手制定一项《实施卫生与植物卫生措施协定》（SPS），以便利植物和动物的流动。该协定将涵盖农业食品生产相关的卫生与安全规则等内容。

协定中有几个方面与植物育种者密切相关，包括植物品种保护可能走向单一权利路径、转基因生物监管的趋同，以及协定本身引发的法律问题。

走向统一的植物品种保护？

英国政府近期发布的一份文件证实，正在考虑将英国植物育种者权利（PBR）与欧盟共同体植物品种权（CPVR）对齐，从而允许通过一项单一权利在英国和欧盟保护植物品种。这对植物育种者而言将省去不少麻烦：脱欧后，他们要想保护新品种，就得在欧盟和英国分别申请权利。

这一做法固然务实，但影响可能更为深远。英国园艺贸易协会（HTA）近期一份面向利益相关方的简报就指出了这一点。如 HTA 所言，欧盟 CPVR 条例（欧盟理事会第 2100/94 号条例）已被写入该协定，因此大概率会适用，具体途径有二：要么把英国植物品种权登记簿扩展至涵盖全部欧盟权利，要么由英国通过新立法直接采纳该条例。无论走哪条路，欧盟权利都将在英国受到保护，但仍不清楚的是：保护范围是覆盖所有 CPVR，还是仅限新授予的权利；英国 PBR 又将何去何从。这可能还会波及特异性、一致性和稳定性（DUS）测试，由此带来两个疑问：英国的 DUS 报告能否重新获得欧盟认可？英国的测试能力又能否保住？

对植物育种者的其他影响

除上述实务问题外，HTA 的简报还提出了关于法律管辖权和英国自主权的更广泛担忧。例如，近期的 Nador Cott 诉 Asda 一案凸显了英国法与欧盟法在“实质性派生品种”认定上的差异。因此，协定生效后英国植物品种适用哪一方的法律至关重要，而目前这一点尚不明确。就自主权而言，英国并非欧盟成员国，对 CPVR 条例的未来修订（该条例目前正在审议中）没有投票权。这意味着英国当前所对齐的规则，可能在协定生效后发生变化，而英国无从置喙。

英国政府还表示，将在转基因生物（GMO）监管上与欧盟规则对齐，但精准育种方面，由于英欧已采取不同路径，仍属持续谈判的议题。这就引出一个问题：欧盟《新基因组技术条例》 及其专利透明度条款，是否会被纳入该协定。

该协定预计将受到植物育种者乃至整个农业食品行业的欢迎，但许多问题仍悬而未决，而且在协定公布之前，恐怕仍将如此。好在等待的时间或许不会太久，英国政府的目标是让协定于 2027 年年中生效。 （编译自 www.mondaq.com）

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

石头科技与科沃斯的市场之争延伸至统一专利法院，慕尼黑与海牙分院夏季新受理三起诉讼，UPC 涉及智能扫地机器人的侵权案件已达 6 起。



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，该专利保护的对象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 Peursem）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）

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

欧盟手工艺与工业地理标志新框架自2025年12月运行以来，已收到9个成员国提交的94份申请，52项完成注册，为相关产品提供欧盟层面保护。



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 Batalauskis）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）

统一专利法院慕尼黑分院维持 DivX 流媒体专利有效，欧洲专利局随后撤销该专利

欧洲专利局撤销 DivX 一项逐行视频播放核心专利，而此前不久统一专利法院慕尼黑分院刚维持该专利有效并认定 Netflix 构成间接侵权。



在 DivX 与 Netflix 这场旷日持久的纠纷中，欧洲专利局（EPO）撤销了 DivX 所持的一项核心专利，该专利保护逐行视频播放技术。而就在该决定作出前不久，统一专利法院（UPC）慕尼黑地方分院刚作出判决，维持该项专利有效，并认定 Netflix 在 18 个 UPC 成员国范围内构成间接侵权。

多年以来，双方围绕多项与流媒体技术相关的专利展开了旷日持久的诉讼，诉讼范围遍及德国法院、UPC 和 EPO。EPO 异议部门此次作出的撤销决定，标志着总部位于美国的 DivX 公司在与 Netflix 的这场旷日持久的欧洲纠纷中遭遇了挫折。

专利号 EP4213033 保护一种对存储于远程服务器上的媒体序列进行渐进式播放的方法，包含客户端对字节范围请求的管理，以及视频流内快进、回退、跳转等所谓特技播放功能。

该专利是 DivX 在 EPO 接连失效的一系列专利权中的最新一例。2023 年，异议部门以修改超范围为由撤销 EP3467666 号专利，该裁决随后得到上诉委员会维持。去年 8 月，扩大上诉委员会驳回了 DivX 就 EP3467666 号专利案提出的复审请求。

此外，德国联邦最高法院于 2025 年 9 月驳回 DivX 针对 EP2661696 专利被宣告无效提起的上诉。

DivX 可就 EP4213033 专利被撤销的决定，向 EPO 技术上诉委员会提起上诉。

UPC 慕尼黑地方分院维持专利有效

EPO 的这份决定与 UPC 慕尼黑地方分院第二审判庭在 2026 年 9 月 15 日作出的判决形成鲜明对比。审判长丹尼尔．沃斯（Daniel Voß），会同法律法官格奥尔格．维尔纳（Georg Werner）、塔季扬娜．日洛娃（Tatyana Zhilova）以及技术法官托尔斯滕．杜梅（Torsten Duhme），驳回 Netflix 提出的撤销专利反诉，维持 EP4213033 专利按授予状态有效（案件编号：UPC_CFI_465/2025、UPC_CFI_1121/2025）。

合议庭认定，包括多件流媒体技术相关美国专利申请在内的引证现有技术，既没有公开该专利的技术方案，也不会使得该发明具备显而易见性。法

官认为，本领域技术人员不存在动机去组合这些引证文献，从而得到权利要求所保护的发明。

侵权认定方面，UPC 认定，Netflix 的流媒体软件（含内置的 Cadmium 播放器）间接侵犯该专利的权利要求 1。法官认为，该软件客观上能够实施专利保护的方法。

跨境禁令与损害赔偿

UPC 慕尼黑合议庭作出覆盖 18 个 UPC 成员国的禁令，禁止 Netflix 在上述区域提供或供应案涉软件。法院同时判令五名 Netflix 被告主体——Netflix Inc.、Netflix International B.V.以及德国、意大利、法国的当地子公司——履行信息提供义务并提交账目；并判定 Netflix 自专利授权日起承担损害赔偿责任。

法院设定：拒不遵守禁令的最低按日罚金为每日 5000 欧元；违反信息提供及账目提交义务的最低按日罚金为每日 250 欧元。合议庭驳回 Netflix 提出的“将 DivX 提供担保作为执行前置条件”的申请，理由包括：该专利剩余保护期不足 18 个月，如果要求提供担保，实质上会导致 DivX 无法在剩余保护期内行使权利。

根据案件登记信息，Netflix 已向 UPC 上诉法院提起上诉（案件编号：UPC-COA-177/2026）。

两家公司的纠纷横跨多个法域，此前已在德国、荷兰、美国、巴西启动相关程序。2022 年，曼海姆地区法院最初依据 EP3467666 专利向 Netflix 下发两项禁令；但在 EPO 撤销该专利后，卡尔斯鲁厄高等地区法院随后中止了禁令执行。荷兰方面，阿姆斯特丹法院于 2023 年初拒绝将其判决与曼海姆法院的裁决保持一致。 （编译自 www.juve-patent.com）

法国“等待我的铂金包”案：妙语口号，还是商标侵权？

爱马仕对铂金包的幽默仿制品果断维权，表明机智与戏仿并非商标侵权的豁免牌，潜在模仿者不宜心存侥幸。



爱马仕（Hermès）对其著名的铂金包和凯莉包的“幽默”仿制品果断出手，提醒潜在的模仿者：机智和戏仿并非商标侵权的豁免牌。

爱马仕的包包，尤其是铂金包或凯莉包，并非人人可得。不仅需要相当的资金投入，还需要足够的耐心。长长的等候名单意味着，你未必能买到心仪的那一款。

零售商 Sherine Orient 认为，可以利用这一市场需求，推出外观类似爱马仕的包袋，上面印着“En attendant mon Birkin”（等待我的铂金包）和“Mon Hermès est à la maison”（我的爱马仕在家呢）等标语。

虽然这些文字意在幽默，但爱马仕却笑不出来。奢侈品包袋制造商提出异议后，Sherine Orient 拒绝停止销售。这个“玩笑”最终让它付出了沉重代价。

爱马仕为何诉诸法庭

爱马仕将 Sherine Orient 传唤至楠泰尔法院，要求停止销售涉案包袋，并销毁库存产品。同时，爱马仕还就侵权行为对其商业利益和品牌声誉造成的损害，提出了赔偿请求。

爱马仕的诉讼依据包括：其包袋享有的版权、

铂金包锁扣的三维商标，以及 HERMÈS 和 BIRKIN 文字商标。

根据商标法，商标注册人有权禁止他人在相同或类似商品或服务上，在后来使用相同或近似的标识，前提是该使用可能导致公众混淆。

文字商标为何起初未获支持

一审法院支持了基于版权和三维商标的诉求，但驳回了基于文字商标的主张。

该法院认为，文字商标不构成侵权，因为爱马仕的商标是嵌入在 Sherine Orient 所用标语中的完整句子里的。在进行标识比对时，必须将这些完整句子作为一个整体来考量。此外，该法院还注意到了这些短语的幽默性质，认为消费者不太可能相信涉案包袋出自爱马仕。该法院认定，Sherine Orient 所使用的标识与爱马仕的商标并非完全相同，且这些句子的使用不会导致混淆。

爱马仕就标语裁定提起上诉

爱马仕提起上诉，主张 Sherine Orient 使用的标语中“Hermès”和“Birkin”均为大写，这明显是在指向其注册商标。爱马仕认为，即便出现在“En attendant mon Birkin”和“Mon Hermès est à la maison”这样的完整句子中，也不改变其作为商标使用的性质，因为这些句子直接指向了爱马仕的注册商标及其包袋。因此，商标是在相同商品上以相同方式使用，构成商标侵权。

爱马仕指出，如果通过添加额外文字就能轻易规避商标侵权，将会严重削弱商标法的效力。

幽默不是商标侵权的挡箭牌

凡尔赛上诉法院在裁决中指出，BIRKIN 和 HERMÈS 商标已为公众所熟知。

包袋上的文字，在消费者看来，就是在直接指向正品铂金包和爱马仕包（将仿制包与消费者尚未拥有的或留在家中的正品爱马仕包进行对比）。这就在受保护的商标与所售包袋之间建立了直接联系。这些包袋与商标注册所指定的商品完全相同。使用这些品牌名称的目的也在于促进这些包袋的销售。

尽管这些句子的幽默口吻足以让人明白包袋并非真正出自爱马仕，但这种行为仍然损害了商标权人的利益。这些标语的目的是借助品牌的声誉获利，搭便车利用品牌已有的投入，并损害爱马仕的形象。

上诉法院裁定，在包袋上通过幽默文字使用 HERMÈS 和 BIRKIN 文字商标，构成商标侵权。一审判决因此被推翻。

这一裁决对商标权人和经营者意味着什么？

商标主要发挥来源识别和区分功能。但本案表明，商标同时兼具广告和投资功能。商标权人为建立商誉和声誉已经投入了大量的（财力）努力。即使消费者显然知道争议产品并非来自商标权人，第三方也不应被允许滥用或损害该驰名商标的声誉。

该裁决也为那些认为只要把他人品牌名称放进标语里，再配上点俏皮话就能随意使用的人敲响了警钟。虽然具体是否构成侵权取决于个案情况，但如果有人正考虑使用他人的注册商标，事先咨询专业人士是明智之举。　（编译自 www.mondaq.com）

统一专利法院对华大智造德国有限公司下达 DNA 测序设备销售禁令，禁令效力覆盖英国

统一专利法院慕尼黑分院批准牛津纳米孔针对华大智造德国公司的紧急临时禁令，禁止其在包括英国在内的八个欧洲国家销售 DNA 测序设备。



一家总部位于柏林、销售由中国生命科学企业制造的 DNA 测序配套设备的企业，在法庭听取竞争对手关于专利侵权的相关主张后，已被临时禁止在包括英国在内的八个欧洲国家销售该设备。

统一专利法院（UPC）慕尼黑地方分院（LD）批准了牛津纳米孔技术公司（Oxford Nanopore Technologies，简称 Oxford）针对华大智造德国有限公司（MGI Tech GmbH，简称 MGI）提出的紧急临时禁令。Oxford 公司是一家英国企业，持有纳米孔测序技术的欧洲专利，并销售借助嵌入膜内纳米孔对多核苷酸分子进行测序的设备。该临时禁令禁止 MGI 在丹麦、法国、德国、爱尔兰、列支敦士登、荷兰、瑞士以及英国销售其竞品 CycloneSEQ 设备。法院还规定了违反禁令的处罚措施。

UPC 体系允许统一专利持有人、或是未选择退出该体系的欧洲专利持有人，在跨司法辖区范围内更便捷地行使自身专利权。与之相对，属于 UPC 管辖范围的专利，可能因一项裁决而在多个国家面临被撤销的风险。只有欧盟成员国能够加入 UPC 体系，但符合参与资格的 27 个国家中，截至目前仅有 18 个国家成为 UPC 缔约成员国。

然而，正如 UPC 上诉法院在一项涉及富士胶片和柯达的具有里程碑意义的裁决中所确认的那样，在特定情形下，UPC 可行使其“长臂管辖权”，就某欧洲专利侵权行为，在其地域范围之外的特定司法辖区作出救济裁定——其中包括已表态不会加入 UPC 体系的欧盟国家，例如西班牙；有意参与但尚未完成批准程序的欧盟国家，例如爱尔兰；以及非欧盟“第三国”，例如英国、瑞士和列支敦士登。

UPC 作出临时措施（含临时禁令）的权力来源于《统一专利法院协议》（UPCA）第 62 条。申请临时禁令救济的申请人必须提供合理证据，证明其权利正遭受侵害或侵害迫在眉睫，以帮助法院确信存在足以支持颁发禁令的风险。UPC 程序规则为上述条款赋予实操效力，其中第 211 条列明 UPC 评估临时禁令申请时可考量的各项标准。

UPC 慕尼黑地方分院针对 MGI 作出的这份裁定，是 UPC 在签发临时禁令时行使“长臂管辖权”的最新案例。这是 UPC 首次在已公布的裁决中将临时禁令的效力延伸至英国。

MGI 隶属于华大集团（BGI Group），本次诉讼中的另外三名中国被告分别为：华大智造科技股份有限公司（MGI Tech Co., Ltd）、华大杭州 CycloneSEQ 科技有限公司（BGI Hangzhou Cycloneseq Technology Co., Ltd）以及深圳华大基因股份有限公司（Shenzhen BGI Genomics Co., Ltd）。MGI 及华大集团多家公司还在英格兰及威尔士高等法院单独应诉，案件涉及 Cyclone 平台（包含 CycloneSEQ 设备、流动槽与配套试剂）相关的违反保密义务与商业秘密侵权纠纷。该企业同时在澳大利亚联邦法院面临专利侵权诉讼。

澳大利亚法院的案件进展，与慕尼黑地方分院作出本案临时禁令的裁定具有关联性。在澳大利亚的诉讼程序中，MGI 的关联企业对涉案澳大利亚专利的有效性提出质疑，但已确认不会就侵权问题进行抗辩。

某律所专利法专家萨拉．泰勒（Sarah Taylor）表示：“该认定虽不具备决定性，但这一案例有力提醒各方，在涉及多个司法管辖区的诉讼中，必须谨慎协调策略，因为在其他国家法院作出的承认和让步，可能会在其他地方成为有力的佐证。”

慕尼黑地方分院认定，Oxford 公司所持欧洲专利的有效性大于无效性，且被侵权的可能性大于未被侵权的可能性；同时，为维护 Oxford 公司目前垄断的市场现状，颁发临时禁令既必要又符合比例原则。

Oxford 公司是欧洲地区唯一提供长读长纳米孔测序技术的供应商，因此任何市场准入行为都会构成直接竞争。

Oxford 公司法务总监看到本案被告之一深圳华大基因在领英上发布的一则帖子，帖子内容是以折扣价格向欧洲客户提供 CycloneSEQ 相关服务，Oxford 公司据此向法院申请救济。慕尼黑地方分院采信该内容作为侵害迫在眉睫，需要采取紧急措施的证据。法院认为，所提供的 50%折扣将给 Oxford 公司带来价格侵蚀的即时风险。

其他不利于 MGI 的证据还包括一段 YouTube 视频，视频展示了放置于 MGI 柏林经营场所内的涉案设备，法院认定该视频能够证明被控侵权设备已进口并存放于德国，此外还有 MGI 客户体验中心展示的相关信息。

泰勒称："社交媒体帖子与宣传视频固然有助于推动产品销售，但本案也提醒企业，这类材料在专利纠纷中同样可以作为重要证据；这一点凸显企业内部在产品发布环节采取协同管理方式的重要性。"

慕尼黑地方分院在适用经 UPC 上诉法院认可的"共同设计原则"以归责于横跨多个司法管辖区的多实体企业集团的行为时，还认为 MGI 应对华大集团旗下姊妹公司的行为承担责任，并指出这些公司分别在欧洲的运营、制造、分销和服务方面发挥着各自独立的作用。

法院作出有利于 Oxford 公司的临时禁令，针对爱尔兰、瑞士、列支敦士登以及英国这些长臂管辖适用地域行使长臂管辖权。

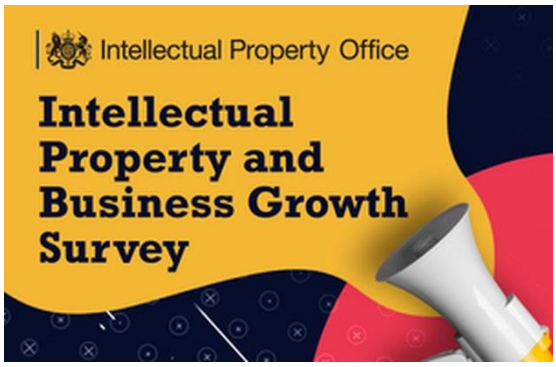
林维娜（Venus Lam）律师表示："但法院同时承认，针对长臂管辖覆盖地域提出的正式请求是否成立，需要依据各国国内法判定。但在本案这类案件中，该要求会使得举证责任显著加重。"

（编译自 www.pinsentmasons.com）

英国

英国知识产权局启动知识资产管理中心

英国知识产权局启动知识资产管理中心，帮助大学与研究机构识别、保护并商业化其知识产权及更广泛的知识资产。



英国知识产权局（UKIPO）近日启动了知识资产管理中心（Knowledge Asset Management Hub）。这一全新资源旨在帮助大学及其他研究机构识别、保护并商业化其知识产权及更广泛的知识资产。

UKIPO 首席执行官亚当．威廉姆斯（Adam Williams）在威尔士纽波特举行的 2026 年英国知识交流大会（Knowledge Exchange UK Conference 2026）上宣布了该中心的启动。纽波特是 UKIPO 自 1991 年以来的总部所在地，UKIPO 每年在此处理超过 20 万件知识产权申请。

该管理中心将一套全面的实用资源汇集于一处，面向技术转移办公室、知识交流专业人员、研究管理人员及机构领导者。

该管理中心旨在解决研究商业化全生命周期中出现的各类知识产权与知识资产挑战。

管理中心包含四大核心组成部分：

机构知识产权战略指南——实用框架，帮助大学及研究机构在组织层面制定并实施知识产权战略与政策；

项目级知识产权风险与机遇工具——帮助团队识别并管理单个研究项目中的知识产权相关事项，资源覆盖从早期合作协议到商业化阶段的全过程；

专利数据分析与知识产权尽职调查资源——支持许可、衍生公司组建及投资决策评估工作的工具；

知识资产管理工具包——指南，旨在说明有效的知识资产管理需要战略层面与运营层面的双重管理。

重要意义

英国产出的研究成果约占全球的 6%，并拥有四所稳居世界前十的大学。

知识产权密集型产业——包括先进制造业、清洁技术、数字服务及生命科学——在英国经济产出中占据相当大的份额。这些产业贡献了近 3000 亿英镑（约占非金融部门增加值产出的 27%）的产值，约占英国总就业人数的 15.5%（约 450 万个工作岗位），以及英国超过一半的商品出口额（1597 亿英镑）。

将英国更多的卓越研究成果转化为商业影响，在很大程度上取决于高质量的知识产权及更广泛的知识资产管理。这意味着：

更多能够实现规模化发展的衍生公司；

更多能够推向市场的研究发现；

更多与全球价值链相连接的区域优势。

在研究阶段早期做出有效的知识产权决策，对于英国研究机构及更广泛的经济体能否充分获取其研究投资的全部价值至关重要。

该管理中心的设计初衷是帮助英国研究部门实现这一目标，并确保各类规模的机构都能同样有效地做到这一点：

规模较大、经验丰富、拥有深厚专业知识和专门资源的技术转移办公室。

可能正在逐步建设相关能力的机构。

该管理中心提供了实用指南与工具的共享基础，旨在提升整个体系的知识资产管理水平。

此次发布也处于英国工业战略的大背景下，该战略将知识产权、标准与监管确定为长期增长的基础性杠杆。机构层面有效的知识资产管理，是将这一创新与战略雄心转化为切实经济成果的关键。

与业界共同开发

该管理中心是通过广泛面向大学的互动计划开发的。在开发之前，UKIPO 开展了结构化调查，并

举办了一系列在线研讨会，来自英国各地机构的技术转移专业人员、知识交流从业者及研究管理人员参与其中。

通过这一过程收集的洞见直接影响了管理中心资源的内容、结构和呈现方式，包括识别出现有服务未能充分应对的具体空白和实际挑战。

UKIPO 承诺在发布后继续保持这种接触。正式与非正式的反馈机制将得到维护，以确保管理中心能够根据业界不断变化的需求持续演进。

该资源被明确定位为一个起点，而非最终成品：它将基于与知识交流社群的持续合作不断更新和扩展。

威廉姆斯表示："英国拥有世界一流的研究基础，而知识产权是将发现与现实世界影响在各个阶段连接起来的金线。从最早期的研究合同和所有权协议，到衍生公司和许可交易，再到最终进入市场、改善人们生活的产品和服务，知识产权正是实现这一旅程的保障。管理中心是与研究部门合作建立的，旨在帮助各机构充分利用这一关键基础。它将成为高层领导、知识交流专业人员和研究人员的实用资源。通过这样的做法，它应有助于释放其知识产权和知识资产的全部价值——既为各机构自身，也为更广泛的英国经济。"

英国知识交流组织（Knowledge Exchange UK）首席执行官斯图尔特．威尔金森（Stuart Wilkinson）表示："知识资产管理中心是 UKIPO 为知识交流领域带来的及时且实用的补充。它在从业者的直接参与下形成，提供指南、工具和数据，支持机构管理和商业化知识产权。英国知识交流组织很高兴支持其开发，我们将其视为该生态系统的重要共享资源——有助于从英国世界领先的研究基础中释放更大的价值。"

英国研究与创新署（UKRI）研究英格兰执行主席兼商业化倡导者、爵士杰西卡．科纳（Jessica Corner）表示："对包括知识产权在内的知识资产进行有效管理，是释放英国世界领先的研究与创新全部价值的基础。知识资产管理中心是一项可喜的进展，提供了清晰、实用的支持，帮助研究机构加强其知识产权和知识资产管理方法。这与 UKRI 确保公共资助研究转化为现实世界影响的承诺高度一致——支持增长、伙伴关系以及英国经济的长期效益。"

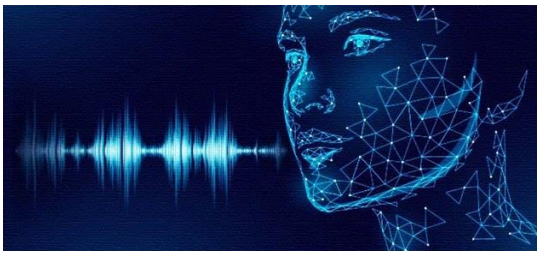
政府技术转移办公室（GOTT）副主任安德鲁．沃尔（Andrew Wall）表示："这一新知识资产管理中心是英国创新生态系统中一项可喜且及时的补充。良好的知识资产管理是成功商业化的基础，让各组织更清晰地获取实用工具和指南将有助于加速这一进程。我们期待看到它支持英国各地大学产生规模更大、信心更足的衍生公司、许可交易及合作伙伴储备，这与 GOTT 对中央政府机构的支持形成互补。"

英国特许专利代理人协会（CIPA）主席西蒙．赖特（Simon Wright）表示："我们热烈欢迎这一举措。知识资产管理中心解决了一项真实且长期存在的需求，确保各种规模的机构——不仅仅是那些已建立技术转移能力的机构——都能从研究项目的最早阶段到许可、衍生公司及更远的未来，获得高质量的实用指南。我们的会员期待支持大学、研究机构及其商业合作伙伴充分利用这一资源，并期待为知识产权生态系统作出贡献，使英国研究投资的全部价值得以实现。"

（编译自 www.asiaiplaw.com）

数字复制品：英国围绕人工智能生成的声音引发的担忧重新点燃了人格权之争

人工智能仿制名人声音引发的担忧，重新点燃了英国是否应为“数字复制品”设立新型知识产权权利的讨论，企业同时须应对数据保护合规问题。



多位名人对人工智能如何迅速生成并传播其声音的仿制品表示担忧，这重新引发了关于是否需要加强英国在“数字复制品”方面的知识产权保护的讨论。

下文探讨英国是否应当设立新的知识产权权利，以应对数字复制品日益普遍的现象——这一概念同时也引发了企业必须考虑的数据保护问题。

语音权利的相关争议

据英国广播公司、《卫报》等媒体近期报道，包括演员休．博内威利（Hugh Bonneville）、喜剧演员马特．卢卡斯（Matt Lucas）在内的 80 多名演艺人士联名呼吁英国政府，赋予个人一项全新法定权利，即将其声音作为个人知识产权予以拥有。“立即拯救我们的声音”（Save Our Voices Now）运动已发起一项议会请愿，并表示认为“声音盗用”对创意产业、个人安全以及“我们身份的本质”构成了威胁。

英国表演者的担忧在其他地方也得到了呼应：乔治．克鲁尼（George Clooney）在威尼斯国际电影节上就该话题发表了讲话，而美国和德国近期也已就与声音相关的权利问题采取了法律行动。

在美国，数百名音乐人起诉人工智能音乐生成平台 Suno，指控该平台允许用户未经许可复刻他们的音乐作品。据音乐媒体 Pitchfork 报道，Suno 表示会对相关指控进行抗辩。

在德国，该国配音演员协会（Verband Deutscher Sprecher:innen，简称 VDS）已就 Netflix 许可协议的条款向联邦卡特尔局提交了反垄断投诉。据称，这些条款将允许 Netflix 使用配音演员的声音进行人工智能训练并生成合成声音。VDS 表示，其成员正面临将声音权利转让给 Netflix 的压力，并担心“如果 Netflix 将来利用配音演员的声音训练人工智能系统并自动制作配音作品”，配音演员可能会因此失业。据 MLex 报道，Netflix 认为该投诉缺乏依据。

是否会出台全新的数字复制品相关法律？

尽管近期新闻的焦点集中在与声音相关的权利上，但英国政府也一直在考虑修订法律，对个人肖像的另一组成要素——外貌，增设保护。随着“数字复制品”日益普及，政府拟完善上述保护措施；政府将数字复制品定义为：借助数字技术生成，能够逼真复刻个人声音或外貌的图像、视频与音频文件。

英国政府表示，数字复制品会带来多种危害，既针对肖像被模仿的当事人，也针对内容消费者。政府列举的例子包括：未经授权的商业模仿，导致被模仿者错失商业机会；因虚假描绘而造成的声誉损害；利用数字复制品欺骗或操纵他人所导致的欺诈、极端化或虚假信息传播；技术助长的性虐待；以及制作犯罪材料。

2026 年 3 月，英国政府承诺就应对这些风险的方案征求意见，并承认仅凭分散在各种框架中的现有法律保护措施——无论是英国的知识产权、数据保护与隐私、诽谤还是网络安全制度——都无法完全解决这些问题。

彼时时任英国技术大臣莉兹．肯德尔（Liz

Kendall）称，公众咨询将在夏季启动。此后，英国经历了首相更迭和内阁改组，肯德尔失去了政府职位，其职务也在部门重组中被取消。针对媒体 Out-Law 提出的询问，政府发言人无法确认咨询工作现定于何时进行。

当前知识产权制度存在局限

与德国、意大利、荷兰等司法辖区不同，英国尚未有成文法规定的肖像权或人格权，个人无法据此管控他人对自己肖像的使用。不过，政府表示在数字复制品公众咨询中，将探讨是否在英国法律中增设专门的人格权。

英国现行知识产权体系中，确实存在可与个人声音、肖像相关的权利，但这些权利的适用范围存在局限。

仿冒之诉（Passing off）

仿冒之诉属于普通法制度，它赋予那些在其姓名或形象方面建立了声誉或商誉的人一定程度的权利，以防止他人借其品牌之势牟利。在英国，这历来是名人阻止未经许可使用其肖像或形象的知识产权手段；但这项权利属于非注册权利，维权存在难度。主张仿冒之诉的一方，不仅需要证明自身拥有声誉或商誉，还需要证明对方存在虚假表述，该表述有可能误导消费者对商品或服务来源产生误认，同时该虚假陈述已对其造成损害。

以往知名公众人物与品牌曾借助仿冒之诉维权。例如蕾哈娜曾援引该制度，阻止时尚零售商 Topshop 未经许可售卖印有她照片的 T 恤。但这项权利要求举证声誉与商誉，新人或者知名度较低的创作者就很难适用。此外，“虚假表述”必须具备商业关联；同时越来越多人工智能生成内容会标注来源（欧盟《人工智能法案》就要求标注人工智能生成内容），这进一步增加了针对未经许可生成的人工智能仿制品满足仿冒之诉法定要件的难度。

版权

英格兰及威尔士高等法院近期在“小猪佩奇”案中的判决，展示了当受版权保护的录音被擅自复制时，权利人该如何行使版权。该案中，一家位于越南的公司因被认定其电视节目《Wolfoo》中使用的音频录音与源自“小猪佩奇”视频的音频录音存在一致性，经法庭听取相关证据后，被判定构成版权侵权。

但版权保护的是录音作品本身，而非录音承载的原声本身。配音演员虽可依据英国版权制度主张表演者权，但表演者权并非本案的争议焦点；而且表演者权依附于已经录制完成的表演，无法适用于全新生成的人工智能产物，即便该人工智能生成内容高度复刻原表演也不行。

另外，从 Getty Images 诉 Stability AI 一案可知：如果复制行为发生在英国境外，则依据英国版权法，无法在英国提起直接版权侵权诉讼；若要针对进口侵权复制品提起间接侵权诉讼，还需要跨越更多障碍。

商标

依据英国商标法，声音可以注册为商标，但这类声音一般是广告曲、短音乐片段，用来标识商品的商业来源。理论上，如果某位公众人物因在商业场景下念特定口号而广为人知，他可以将这句本人朗读的口号注册声音商标。但无法将声音本身特质（音色、音域、语调节奏）注册成商标，不能借此获得排他权，包括禁止通过人工智能工具生成合成复制品的权利。

设立全新人格权的理由

现行知识产权制度存在诸多局限，以及通过人工智能进行逼真模仿现象的日益普遍，都强化了在英国设立新的人格权的必要性。但需要平衡各方利益，英国政府自身也承认：任何新措施，既要应对数字复制品带来的风险，同时也要促进增长与创新。

尽管当前讨论主要围绕生成式人工智能

（gen-AI）产出的数字复制品展开，但新的人格权条款在起草时必须保持技术中立，以便其同样适用于人工智能训练场景，并随着技术的发展在长期内保持适用性。

英国现行知识产权法中的一些概念可以借鉴并应用，以此作为在新的肖像权框架下限定个人对其声音或外貌使用控制权的依据。版权中的例外情形，例如与新闻报道、教育用途、戏仿和模仿相关的例外，在这方面可能具有实用价值。

（编译自 www.pinsentmasons.com）

UKIPO 贸易标准调查报告显示英国假冒玩具调查行动增长

英国知识产权局《贸易标准调查》报告显示，危险假冒玩具已成为突出执法关切，67%的受访地方主管机构报告了相关调查行动。



英国知识产权局（UKIPO）发布了最新的《贸易标准调查》报告，呈现了地方贸易标准团队在一线调查和观察到的知识产权犯罪问题全貌。

危险假冒玩具如今已成为日益突出的执法关切，67%的受访地方主管机构报告了相关调查。

这项年度调查涵盖 2025 年 4 月至 2026 年 3 月，在 189 个地方主管机构中收到 142 个回复。

回复提供了来自地方贸易标准团队的宝贵一线洞察，揭示假冒商品如何流入英国各地社区。反过来，这有助于更清晰地描绘一个在地方、国家和全球层面运作的犯罪威胁。这些洞察为更广泛的执法行动提供信息支持，以打击假冒商品的非法贸易，保护消费者、本地企业和商业街。

今年的回复显示，香烟和烟草仍是最常见的被调查假冒商品，89%的受访地方主管机构报告了相关情况；其次是服装（69%）和玩具（67%）。

今年的报告还强调，假冒商品如何助长了更广泛的犯罪经济网络。64%的受访地方主管机构在调查中观察到假冒行为与有组织犯罪集团之间存在关联——比去年高出约三分之一。贸易标准团队还持续报告，实施知识产权犯罪的人员与其他形式的犯罪活动存在关联，包括洗钱、人口贩运/现代奴役和毒品交易。

该机构执法总监安迪．库克-韦林（Andy Cooke-Welling）表示：“贸易标准官员处于打击知识产权犯罪的最前线，查扣不安全商品、打击假冒者，保护英国各地的消费者、企业和社区。今年的调查显示，与严重有组织犯罪及其幕后支持网络的关联日益加深，这再次说明假冒商品绝非无害的便宜货。它们不仅危及人身安全，还构成更广泛犯罪威胁的一部分。”

“假冒玩具显然是一个日益严峻的问题，超过 2/3 的受访者报告了相关调查。UKIPO 发起的‘假玩具，真危害’（Fake Toys, Real Harms）宣传活动——加之围绕假冒 Labubu 玩偶持续的全国性媒体关注——已将这一问题牢牢置于公众视野，并提升了消费者、行业和执法机构的警惕。该机构与合作伙伴一道，继续专注于阻止危险假冒商品流入社区，并打击其背后的犯罪网络。”

该机构继续与执法机构、政府和行业界的合作伙伴协作，帮助将一线情报转化为有针对性的行动。

这种做法有助于防止有害假冒商品进入家庭、商业街和社区，同时提高公众对其风险的更广泛认知和理解。这是一项共同努力，旨在保护社区安全、支持合法企业，并增加犯罪集团从知识产权犯罪中获利的难度。

（编译自 www.gov.uk）

英国专利法院重申英国法下“可信性”的判断门槛

米德法官驳回 Accord 对诺华 Entresto 专利及补充保护证书的有效性挑战，重申英国法下专利“可信性”的判断门槛，认定涉案复方不具显而易见性。



近日，米德（Meade）法官驳回了 Accord（Accord Healthcare 公司）针对涉案专利有效性的各项主张，认定诺华（Novartis）用于保护其重磅复方产品 Entresto（沙库巴曲缬沙坦钠片）的专利及补充保护证书（SPC）均属有效。法官认为，涉案的缬沙坦与沙库巴曲复方不具显而易见性，其主张的治疗效果亦达到了可信性（plausibility）要求；该发明作出了实实在在的技术贡献，既非任意取舍，也非简单拼凑。本案判决进一步厘清了英国法在“实验数据已然产生并据以主张、却未在说明书中披露”这一情形下的可信性门槛。

背景介绍

本案争议涉及诺华第 EP(UK)1422217 号欧洲专利和相应的 SPC，该专利用于保护其产品 Entresto。Entresto 是由两种化合物组成的复方产品，即缬沙坦（血管紧张素受体拮抗剂，即 ARB）与沙库巴曲（中性内肽酶抑制剂，即 NEP 抑制剂），用于治疗心力衰竭和高血压。Entresto 中的两种活性成分以共晶复合物形式存在。Accord 试图为其自有仿制药（一种简单混合物，将两种活性成分以各自独立盐的形式混合而成）上市扫清障碍，遂在 SPC 于 2028 年届满之前提起了撤销之诉。

尽管 Accord 否认侵权，但法官指出，到开庭之时，这一点对本案已无足轻重，本案的争点实质上只剩有效性一项。法官还提到，荷兰专利法院曾认定该专利有效，但由于双方在庭上的主张方式，该判决在本案中并未被任何一方援引。

认定

本案有一个前置问题值得注意，即如何界定“所属技术团队”。米德法官并不认同在判断显而易见性时可以撇开专利中关于心力衰竭的记载；他认为，专利应按照本领域技术人员的理解来解读，因此判断显而易见性时，应当以同时关注高血压和心力衰竭的技术团队为出发点。

米德法官还重申了专家证据的作用与英国专利法院在解释专利说明书方面的职能之间的区分。专家证据可用于协助法院理解基础科学及实验结果的意义，但专利用语的含义最终应由法官认定。尽管大量交叉询问针对的是申请文件本身的含义，但对专利语言的解释属于司法职能，而非专家的职能。

在“充分公开”这一问题上，米德法官遵循最高法院在 Warner Lambert 案、上诉法院在 Dapagliflozin 案中的立场，认定该专利达到了对应的门槛（而这个门槛本就不高）。关键争点在于：该专利究竟只是在预言缬沙坦与沙库巴曲复方的疗效，还是表明这

一疗效已被观察到。米德法官认为，通读该专利，它已表明发明人在申请日前做过动物实验，并就该复方取得了积极结果。专利虽未披露具体数据，却传达出一个信息：所主张的疗效有已完成的实验作支撑，而不只是一个研究假设。他还驳回了另一种主张，即已披露的效果可以因“低到不具实际意义”被一笔勾销；并援引 Apixaban 案指出，关键要看专利是否披露了有实验支撑的真实技术效果，而不在于读者能否看到原始测量数据。本案由此与 Apixaban、Dapagliflozin 等先例区别开来：在那些案件中，法院认定专利披露不足以支撑其所主张的技术贡献。

米德法官驳回了“该专利只是把已知特征简单拼在一起”的主张。所谓拼合，是指把已知组分简单并列，各自发挥常规作用，彼此之间不产生技术贡献。他认定，该专利恰恰相反，它以实验证明缬沙坦与沙库巴曲之间的相互作用是积极的，而非不利的。该专利虽未定量证明协同作用（即复方效果大于各单方效果之和），但米德法官认为并无此必要。只要该专利打消了对两种化合物相互作用的疑虑，并证明该复方“行之有效”，就已足够。这种已披露的相互作用构成了真实的技术贡献，因此该发明不能算作单纯的拼合。

米德法官同样驳回了该发明是“从已知化合物类别中作出的任意选择”的主张。在他看来，该专利的贡献不止于识别出 ARB 类和 NEP 抑制剂类中的特定成员；它披露了特定的缬沙坦/沙库巴曲组合能够实现有益的治疗效果。这一有实验支撑的技术贡献足以正当化该选择，使其不能被定性为任意选择。

米德法官就可信性、拼合与任意选择所作的认定，都取决于一件事：从申请日提交的申请文件整体来看，该专利究竟披露了发明人哪些实验工作。他承认这一点并不好判断（close call），但认为本领域技术人员会从申请文件中读出：发明人在起草申请文件时已经做过实验，并已掌握实验结果。据他认定，该专利定性披露，发明人已在动物模型中测试过缬沙坦与沙库巴曲复方，并取得了积极结果。这样的披露已经足够，因为它让本领域技术人员明白：发明人测试过所主张的复方，且观察到了积极结果。Warner Lambert 案并不要求披露数值结果。

米德法官表示，他的观点在庭审过程中以及撰写判决书时均有转变。最终他作出了有利于诺华的认定，但同时指出，诺华本可通过在申请文件中明确披露实验细节和数据来避免这一风险。

米德法官还驳回了针对 SPC 的挑战。核心争点在于：就 SPC 条例第 3(a)条而言，相关“产品”应如何界定。他认定，该产品是缬沙坦与沙库巴曲的组合，而非 Entresto 所采用的特定沙库巴曲/缬沙坦共晶复合物晶型。米德法官认定，证据压倒性地表明缬沙坦和沙库巴曲才是药理活性成分，而共晶复合物本身并无独立的药理学意义。以此方式界定产品后，他认定该产品已从专利中具体披露且可识别，故该 SPC 有效。

结论

本判决带来的一项安心之处在于：基于真实实验发现所获得的专利，即使未在专利中包含完整的底层数据集，只要其可信地传达出所主张的治疗效果系由此类数据支撑，仍可能满足英国法的可信性与技术贡献要求。这既是对最高法院关于“可信性并不必然要求披露详细定量数据”这一表述的有益确认；同时，米德法官的推理也表明，本案在事实层面属于“险胜”。专利权人应审慎考虑披露哪些可获得的实验数据，以强化其说明书，抵御此类有效性攻击。（编译自 www.mondaq.com）

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

英国知识产权局发布措施提升标准必要专利许可透明度，暂不设立费率裁决通道，但计划探索引入“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）

英国专利盒制度简介

英国专利盒允许企业对符合条件的专利利润适用较低公司税税率，其资格基于"修正关联"原则，要求税收减免与在英国境内进行的研发支出直接挂钩。



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。”

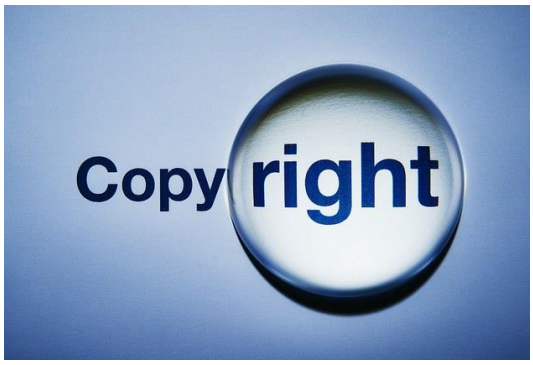
专利盒制度的改革

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）

“小猪佩奇”版权方胜诉：英国高等法院对“Wolfoo”作出罕见宽泛国际禁令

英国高等法院认定动画剧集《Wolfoo》侵犯《小猪佩奇》多部录音制品版权，并对版权方作出范围罕见的宽泛国际禁令。



英国高等法院就动画儿童剧集《小猪佩奇》（Peppa Pig）版权方的主张，作出了一项范围罕见的禁令。法院认定，另一部动画儿童剧集《Wolfoo》侵犯了《小猪佩奇》多部录音制品（包括角色对话和音效）的版权。

专家分析从约 3 万部《Wolfoo》视频中抽取了具有代表性的样本，发现其中存在匹配的音频片段。法院据此认定，原告多部录音制品的版权受到了侵犯。

在救济措施的范围方面，原告主张，抽检的样本能够代表体量庞大的《Wolfoo》内容，因此禁令不应仅限于已经过检测的视频。法院采纳了这一主张，认为在确定救济方案时，将侵权认定结果推及整个《Wolfoo》作品库是适当的。

鉴于侵权行为的规模之大且持续不断，法院作出了范围宽泛的禁令救济，要求删除《Wolfoo》视频，并禁止将来上传任何含有侵权《小猪佩奇》音频的内容。该禁令覆盖了相关版权条约和公约所辖的广泛司法管辖区。本案之所以引人注目，不仅在于其国际救济范围之广，还在于法院在处理大规模侵权时，愿意采信具有代表性的抽样证据。

法院作出了哪些裁决？

罕见的宽泛国际禁令

虽然判决书未使用“全球禁令”这一措辞，但实际效果已接近于此。法院批准的禁令覆盖了欧盟成员国以及加入相关国际版权公约和条约的国家。法院还接受了相关表述，允许禁令的范围随着各国加入上述条约框架而动态调整。

如此宽泛的国际知识产权禁令仍属罕见。对权利人而言，这一裁决表明，在有确凿证据证明存在系统性侵权且侵权风险持续存在的情况下，英国法院愿意作出广泛的跨境救济。

但不应将该裁决视为获得宽泛禁令救济的普遍路径。禁令的范围高度依赖于案件事实，反映的是本案的特殊情况。实践中，寻求宽泛救济的权利人不仅要证明侵权成立，还要说明，范围较小的地域性禁令或针对特定内容的禁令，为何不足以弥补已造成的损失，也不足以防范持续存在的侵权风险。

代表性抽样可为大规模救济提供依据

原告使用声谱图分析技术，审查了选定的英语及外语版《Wolfoo》视频。法院发现，这些样本中的侵权比例极高，其中英语样本近乎全部构成侵权。

法院采信了相关证据，即样本为随机选取，且能够代表《Wolfoo》作品库的整体情况，从而使法院能够将救济范围扩展至经检测视频之外。

对于需要处理海量在线内容的权利人而言，这一认定令人鼓舞。精心设计的抽样方案，辅以有力的专家证据，足以获得有意义且切实可行的救济，且该救济可延伸至多个司法管辖区。

给权利人带来的启示

音效和短音频素材可成为具有独立价值的版权

作品

责任认定中最值得关注的一点是，法院认定《小猪佩奇》的相关声音并非仅仅是从剧集中截取的片段，而是独立创作并构成独立版权作品。这提醒权利人，应将音效库、标志性台词和效果音视为潜在的可执行权利，而不仅仅关注整体作品，从而拓宽维权手段。

有时最简单的策略最有效

法院之所以能够就音频侵权索赔作出简易判决，是因为相关证据技术性强，且基本属于客观事实。当权利人能够证明对话和音效等数字素材被直接复制时，这类主张比关于角色形象抄袭等更宽泛的论点更容易获得法院支持。

法院会在适当案件中给予宽泛救济

虽然如此宽泛的国际知识产权禁令仍不常见，但在有确凿证据证明系统性侵权的情况下，英国法院愿意作出广泛的跨境救济。

（编译自 www.mondaq.com）

泽西岛建立本地商标体系，脱离英国商标体系

自 2026 年 8 月 1 日起，泽西岛实施本地《商标法》，新申请须直接向泽西岛知识产权局提交，马德里指定亦须单独列明该岛。

自 2026 年 8 月 1 日起，泽西岛推行《2026 年商标法（泽西岛）》。新的本地商标申请须向泽西岛知识产权局（Jersey IPO）提交。新增或后续的马德里指定，须明确指定泽西岛。

2026 年 8 月 1 日前已登记在原泽西岛商标注册簿上的注册商标，已自动转移至新注册簿。

下文概述新的商标审查程序及需重点关注的事项。更多信息可访问 Jersey IPO 官网：https://www.jerseyfsc.org/registry/intellectual-property-office/。

本地申请

商标申请现须直接向 Jersey IPO 提交。此前，泽西岛的本地商标保护是通过英国商标申请及注册的延伸而获得的。

商标须在泽西岛实际使用，或申请人须具有在泽西岛善意使用该商标的真实意图。

申请将公告以供异议，异议期为 2 个月，经请求可延长 1 个月。

注册自申请日起有效期为 10 年。续展申请可自续展截止日前 6 个月起提交。续展设有 6 个月宽限期，但须缴纳额外费用。

截至 2026 年 8 月 1 日仍在审查中的申请，将依据申请提交时生效的商标法进行审查。若该申请获准注册，将被视为依据新《2026 年商标法（泽西岛）》注册。

过渡期续展规则

续展截止日在 2026 年 8 月 1 日至 2027 年 2 月 1 日之间的现有注册

对于原依据 2000 年法律登记于原泽西岛注册簿、且续展日期处于该期间的注册，办理注册续展并缴纳标准续展费的截止日期为 2027 年 1 月 31 日。在该日期前提交的续展申请自原续展日起生效。

若在 2027 年 1 月 31 日之后、但在该注册所对应的 6 个月续展宽限期内提交的续展申请，将产生额外的宽限期续展费用。

以续展截止日为 2026 年 9 月 1 日的注册为例：

1.有效的续展截止日现为 2027 年 1 月 31 日。若续展申请于 2027 年 1 月 31 日提交，注册人须缴纳标准续展费。

2.有效的续展截止日现为 2027 年 1 月 31 日。

若续展申请于 2027 年 2 月 2 日提交（在 2027 年 3 月 1 日宽限期截止日前，但在 2027 年 1 月 31 日之后），则注册人必须缴纳宽限期续展费。

在上述两种情形中，续展均自 2026 年 9 月 1 日起生效。

近期失效注册的续展

对于原依据 2000 年法律登记于原泽西岛注册簿、且于 2026 年 2 月 1 日或之后失效的注册，在满足以下条件时可在泽西岛续展：

1.相应的英国注册已获续展；

2.该英国续展在 2026 年 8 月 1 日之前未在泽西岛备案；且

3.续展申请在原续展截止日后 12 个月内提交。

《马德里议定书》申请

根据《马德里议定书》在泽西岛获得保护，现须明确指定泽西岛。仅指定英国已无法在泽西岛获得保护。

截至 2026 年 8 月 1 日，所有在英国已获保护授权的国际注册商标，其保护范围也将延伸至泽西岛。商标权人无需采取任何进一步行动。

对于截至 2026 年 8 月 1 日仍在英国待审的国际注册商标：

1.若英国指定获准，泽西岛指定亦将自动获准。

2.若英国指定被驳回，泽西岛指定将不予核准。若希望在泽西岛获得保护，则需后续单独指定泽西岛。

注意事项

监控服务：商标所有人可考虑将泽西岛纳入现有监控服务，因为泽西岛的申请不再源自英国或世界知识产权组织（WIPO）的申请。

马德里申请策略：对于在泽西岛设有办事处的商标权人，泽西岛申请可作为国际注册的基础申请。

英国执法事宜：我们建议涉及英国申请的有效执法事宜的当事人，应核实相关权利是否已延伸至泽西岛，以及是否适宜直接在泽西岛实施。

马德里执法事宜：对于涉及指定英国的国际注册的执法事宜，若英国执法行动未获成功或仅部分成功，且英国指定申请全部或部分进入授权阶段，则可考虑在泽西岛采取执法行动。

（编译自 www.jdsupra.com）

澳大利亚

澳大利亚知识产权申请的最新趋势

澳大利亚知识产权局年度报告显示，2025 年专利、商标、外观设计与植物育种者权申请数据折射出该国知识产权活动及宏观经济的若干新动向。

要点总结

澳大利亚知识产权局（IP Australia）发布了其年度《澳大利亚知识产权报告》（以下简称《报告》），该报告分析了 2025 年专利、商标、外观设计权和植物育种者权的申请数据，并指出了澳大利亚知识产权领域乃至更广泛经济领域的趋势。与往年一样，该报告涵盖了不同知识产权类型和行业领域的诸多有趣见解。本文将深入解析其中的一些关键内容。

下方信息图概括了这份 2026 年报告呈现的主要趋势与发展动向。

该《报告》显示，2025 年澳大利亚的知识产权活动依然活跃，并随着更广泛的市场动态而不断演变。主要发现包括：

·参与知识产权权利保护体系能够为澳大利亚企业带来经济效益，对于初创企业以及聚焦设计领域的企业尤为显著。举例而言：

1）IP Australia 采用“事件研究”分析模型证实：相较未获得专利授权的澳大利亚企业，首次获得专利授权的企业营收与生产率更高。这一结论与国际相关研究结论一致——对初创企业来说，获得首项专利授权，能够提升其未来 3 年内获得风险投资的概率。

2）成功注册商标同样具备类似经济效益。研究表明，拥有注册商标的澳大利亚企业，营收和生产率均高于同类无注册商标企业。商标有助于企业实现营收增长，巩固市场地位。

3）在设计密集型行业经营的企业，取得注册外观设计权或认证外观设计权，往往对应更高的生产率、研发投入以及出口规模。

·“软性”知识产权申请量呈上升趋势：商标、外观设计的申请量与注册量均创下年度历史新高。

·本土申请数量上涨，海外申请人来源更加多元化：所有可注册类型知识产权中，澳大利亚本土申请量相较 2024 年实现增长，体现本国知识产权申请需求旺盛。与此同时，知识产权申请来自更多不同国家。

·专利组合优化，更加侧重直接申请途径：在各类知识产权领域，跨国企业在利用知识产权体系时正变得越来越有选择性，更倾向于直接向澳大利亚提交申请，而非依赖集中化的国际申请途径。这一趋势表明，企业正以更审慎、更有重点的方式将澳大利亚作为目标市场。

·人工智能、能源技术持续成为热点领域：人工智能与能源转型对知识产权申请的影响日益凸显。电气机械与能源领域的专利申请量增长 12.8%；涵盖人工智能相关业务的科技服务类商标申请增幅超 23%。

专利洞察

·2024 至 2025 年间专利申请总量小幅下降；但 IP Australia 认为，这很可能是继 2021—22 年疫情后申请量达到峰值后出现的回归常态现象。

·临时专利申请量上涨 58.1%，申请人绝大多数为澳大利亚本土主体；首次提交临时申请的申请人占比也大幅提升。综合来看，该趋势可能源于：

1）各类数字化工具（包括人工智能工具）降低企业进入专利体系的门槛；

2）将临时申请作为低成本的切入点，在测试商业化可能性的同时，为早期创新在专利体系中确立地位。

·美国仍是最大专利申请来源地；来自中国的申请持续增长，2025 年增幅达 13.4%。新加坡申请量上涨 29%，芬兰上涨 20.3%；比利时、西班牙申请量大幅下滑。IP Australia 认为，上述变化由多重因素导致，包括“技术竞争、专利组合再平衡以及主要海外市场的政策发展”。

·通过《专利合作条约》（PCT）提交的申请占比下降 2.9%，与之对应的直接申请占比有所上升。申请途径的转变，总体上反映了中国和澳大利亚申请人提交的申请比例有所增加，而这两类申请人往往倾向于直接提交申请。

·与健康相关的技术继续成为澳大利亚专利申请活动的“支柱”，其中制药、医疗技术和生物技术合计占标准完整专利申请总量的 33.3%。据称，这反映了“澳大利亚作为高价值健康创新的吸引人市

场和来源地所发挥的作用”，同时也体现了制药研发和专利组合策略的全球化特征。

·能源和交通相关技术的申请量持续上升，这反映出业界对能源转型的持续关注，包括电气化、电动汽车供应链和电池技术，以及工业脱碳技术。

·2025 年计算机实施类技术专利申请下降 10.1%。不过 IP Australia 预计，随着联邦法院全庭在“澳大利亚贵族科技公司（Aristocrat Technologies Australia）诉专利委员（Commissioner of Patents）案”[2025]FCAFC 131 中的裁决，以及随后《专利审查员手册》中关于制造方式的更新发布，该领域的专利申请量将在 2026 年有所增长。

商标洞察

·2025 年商标申请量实现增长，申请来源国、提交途径、商品服务类别均出现明显变化。

·IP Australia 认为，商标申请增长至少部分归因于数字经济的发展。不少电商平台要求商家持有已注册或待审商标，以此明确品牌权属，这推动了商标申请数量增加。

·商标申请来源地相关情况：

1）澳大利亚本土申请人仍是主力，占 2025 年全部申请总量的 57.4%。

2）中国申请占总量 14.8%，连续第二年成为最大海外商标申请来源地，申请量较 2024 年显著上涨 20.6%。IP Australia 认为，这反映了中国企业越来越重视在国际上保护和商业化自身品牌。

3）2025 年澳大利亚收到来自 138 个国家的商标申请，这是 10 年来最多的一次，反映了全球贸易格局的变化。

·直接申请的增长速度快于通过马德里体系的指定申请。IP Australia 将这一趋势归因于商标申请来源地的变化——欧洲申请人更倾向于使用马德里体系，而中国申请人则更倾向于直接在澳大利亚提交申请。

·服务类商标申请增幅（18.5%）几乎是商品类申请增幅（10.7%）的两倍，折射出居民消费支出更多向服务倾斜的宏观趋势。2025 年，金融服务、建筑服务、科技服务以及广告和商业服务等类别的申请量均实现了超过 20%的增长。

·包含人工智能产品与服务在内的科技相关类别商标申请大幅增长，与澳大利亚国内持续加大人工智能技术投入的趋势相吻合。

外观设计洞察

·外观设计申请量上涨 7.1%，创下历史新高，较疫情前水平高出 38%；注册量同样刷新纪录，增幅 9.9%。IP Australia 认为上涨原因在于：外观设计保护和产品研发上市周期紧密相关，消费品与工业领域持续依靠差异化外观打造产品竞争力。这可能还（至少部分）反映了 2022 年生效的《2003 年外观设计法》（联邦）修正案的影响，该修正案的内容包括引入 12 个月的宽限期，以及明确评估设计可注册性的适用标准等。

·尽管申请量、注册量双双上涨，但认证（使注册外观设计获得强制执行效力的必要环节）数量小幅下降 1.8%。IP Australia 指出，这表明“外观设计权利执行的基本模式保持稳定”。

·海外申请人申请量增长势头最为突出；美国仍是最大海外申请来源地，其后依次为中国、英国、瑞士。

·澳大利亚本土申请主要集中在工具、五金、建筑领域；海外申请重点布局家居用品与电子产品。多家美国消费品跨国企业位列高频申请人名单，足以说明视觉差异化对品牌与产品定位的重要性，代表企业包括 Yeti Coolers、斯凯奇（Skechers）美国

公司、鲨客（SharkNinja）。

·家具、交通运输仍是最热门外观设计类别。家具类申请量自 2020 年以来实现翻倍。交通领域外观设计申请增长主要源于车辆（尤其是电动汽车）持续研发，同时带动零部件、电池技术等上游产品相关申请增加。

版权洞察

·与美国等其他司法辖区不同，澳大利亚对版权登记未做要求。IP Australia 掌握的版权相关数据少于其他可注册知识产权，但《报告》梳理出以下关键进展：

·澳大利亚联邦议会于 2026 年 3 月 31 日通过《1968 年版权法》（联邦）修订案。修订案设立孤儿作品使用机制，规范无法找到、无法确认版权所有人时版权作品的使用；同时明确指出，法案中与教学活动相关条款统一适用，不受线下授课或线上授课形式影响。澳大利亚总检察长部持续与各界利益相关方沟通，探讨人工智能发展对社会与经济带来的影响。2025 年末，该部门重点征集三方面意见：

1）通过审查许可安排，探讨人工智能中版权材料的使用问题；

2）提高版权法对人工智能生成材料的适用确定性；以及

3）探索成本更低的版权权利执法机制的可能性。

·在 IP Australia 报告发布后，2026 年 7 月 15 日，总理安东尼．阿尔巴尼斯（Anthony Albanese）概述了澳大利亚政府计划采取的全国性人工智能政策。关于版权问题以及人工智能工具可能在未经许可的情况下利用澳大利亚受版权保护的作品进行训练的担忧，总理明确表示将继续保护创作者对其创作作品的权利。尽管政府重申不会在版权法中引入文本和数据挖掘例外条款，但具体将提出的框架尚未公布。

植物育种者权洞察

·植物育种者权（PBR）申请量连续第三年下滑，2025 年降至 264 件；其中美国仍是海外申请的主要来源国。

·海外申请量下降 19.2%，本土申请量上涨 17%，但海外申请仍占总数的大部分。这些显著的百分比变化在一定程度上反映了植物新品种权申请总数相对较少这一事实。

·包括美国、英国、德国、新西兰和荷兰在内的大多数主要海外来源国的申请量均有所下降。法国则是个例外，其 2025 年的申请量比 2024 年增加了 5 件。

·IP Australia 正在对本国植物育种者权体系开展审查，目标是优化制度、实现现代化。作为审查工作的一环，该局已于 2025 年发布新版《植物育种者权实务与程序手册》，此外，改革计划仍在持续推进中。

（编译自 www.jdsupra.com）

支持“人类艺术创作”：纯人工智能生成录音作品无缘澳大利亚 ARIA 榜单

澳大利亚唱片业协会修订评奖准则，将主要由生成式人工智能创作的歌曲排除出主流音乐榜单，以维护艺术的人文本质。



为“弘扬艺术的人文本质”这一目标，澳大利亚唱片业协会（ARIA）修订相关准则，将大部分内容或全部内容由生成式人工智能（Gen AI）创作的歌曲，排除出澳大利亚主流音乐榜单。

此次修订出台的背景是一桩争议事件：乔什. 法瓦兹（Josh Fawaz）翻唱麦当娜《Like a Prayer》的版本采用人工智能生成人声与鼓点，并曾登上两个ARIA 排行榜的第四名。

2026 年 7 月，作为全球录音产业代表组织的国际唱片业协会（IFPI）发布了一套新的治理原则，涉及利用生成式人工智能制作的录音作品是否符合进入官方音乐排行榜的资格。

ARIA 宣布遵循 IFPI 的原则，更新《操作守则》，规定只有当使用生成式人工智能制作的录音作品“主要由人类创作”时，才允许其进入 ARIA 排行榜。

ARIA 将人类创作参与度与人工智能介入程度划分为三类：

1.人工智能生成（无上榜资格）：录音作品或其“核心创作要素”由生成式人工智能产出，例如人工智能生成的主唱人声、关键器乐演奏声部。

2.人工智能辅助（具备上榜资格）：人类完成词曲创作、主唱演唱以及主要乐器演奏，生成式人工智能仅承担部分次要创作工作。

3.人工智能用于后期制作（具备上榜资格）：人工智能被用于母带处理、鼓机、音轨分离、混响效果处理，或是由人类实际演奏的乐器音色补丁等场景。

ARIA 对歌曲划分“具备资格/不具备资格”的做法，折射出版权领域中法院、立法机构与监管机构当下共同面临的难题：人工智能生成作品、人工智能辅助创作的作品，究竟在何种情形下可以获得版权保护？在每种情况下，裁决者都需要判断：作品当中是否存在足够的人类介入行为，值得法律给予保护与认可；抑或是该作品真正的创作者本质上是人工智能系统本身。

尽管 ARIA 的《操作守则》划定了相对清晰的判断标准，但版权法律层面的现状却要模糊得多。在美国，美国版权局所持观点是：即便设计提示词的过程十分精巧、耗费大量精力，仅通过输入提示词让生成式人工智能生成内容，并不构成足以获得版权保护的人类创造性介入。

在澳大利亚，政府正着手推进版权法的人工智能相关改革，但尚未出台任何具体指引。澳大利亚现行版权法明确规定：受版权保护的作品，必须源自人类作者，并且体现作者的“独立智力投入”。

基于目前的法律环境，理论上澳大利亚法院可以在合适的案件中认可人工智能生成作品的版权，但该问题尚未经过司法裁决。

（编译自 www.jdsupra.com）

韩国

韩国知识产权部通过专利大数据探索人工智能、太空和生物的未来增长战略

韩国知识产权部依托专利大数据启动 13 项产业技术分析，覆盖人工智能、空间融合与重磅药物等领域，为未来增长战略提供支撑。



近日，韩国知识产权部（MOIP）应研发相关部门要求，启动了涵盖人工智能发展战略、空间融合技术发展战略和重磅药物市场战略等 13 个项目的专利分析。

据 MOIP 官方网站消息，在部长金容善（Kim Yong Sun）的领导下，该部宣布将实施“基于专利大数据的 2026 年产业创新支持项目”（“产业创新支持项目”），以支持国家研发战略的制定，并加强人工智能、太空和生物技术等未来增长领域的技术竞争力。

产业创新支持项目是一项通过分析国家重要先进产业和技术领域的专利大数据，评估技术发展趋势和竞争格局，从而支持研发战略制定的倡议。根据研发相关部委和专业机构的需求，该项目提供量身定制的专利分析，用于制定研发战略和路线图。

特别是，今年韩国 MOIP 将聚焦人工智能、太空、生物技术以及其他有望在全球技术领导力竞争日趋激烈背景下驱动未来增长的领域，开展专利分析。

在人工智能领域，该部将分析主要由美国人工智能企业组成的共享人工智能许可基金会（SAIL）联盟成员所持有的人工智能基础模型相关专利。该分析将识别可能对韩国造成技术依赖风险的技术，并从多角度主动审视潜在威胁。该部还计划分析主要国家和企业的技术竞争力，以及物理人工智能供应链上的关键专利趋势，以识别有前景的技术和潜在的研发方向。

SAIL 是由 Anthropic 公司、微软（Microsoft）、Meta 公司和国际商业机器公司（IBM）等主要美国人工智能企业于 2026 年 4 月 8 日主导设立的人工智能基础模型非营利专利池联盟。

在太空领域，将在太空产业与机器人、人工智能和半导体等先进技术融合的领域开展专利分析。MOIP 还将审视用于太空环境的生物制药和食品开发策略，识别新兴太空经济所需的核心技术和研发方向。

在生物技术领域，该部将对即将到期的全球重磅药物和 GLP-1 肥胖治疗药物相关关键专利组合进行深入分析。该分析预计将为国内制药和生物技术企业制定生物类似药产品战略提供支持。

除上述工作外，该部还将开展专利分析以增强关键地区产业的竞争力。该项目将覆盖大邱广域市的自主制造机器人、釜山广域市基于软件定义汽车（SDV，一种通过软件控制和管理硬件功能的汽车）的核心自动驾驶组件，以及全罗北道的可再生能源产业——包括漂浮式太阳能发电和 100%可再生能源（RE100）。分析结果将为制定地区特色研发战略和培育新兴产业提供支持。

MOIP 下属知识产权政策局负责人 KIM Il Gyu

表示："专利大数据是揭示技术发展的脉络和产业未来的关键信息来源。通过分析人工智能、太空和生物技术等国家未来增长领域的专利，我们将积极支持国家研发政策的制定，使韩国能够在技术领导力竞争中确立竞争优势。"

（编译自 www.agip-news.com）

韩国知识产权部 2027 年大幅增加预算支持创意和知识产权发展

韩国知识产权部编制 2027 年度 7106 亿韩元预算草案，较 2026 年增加 798 亿韩元，为历年最大增幅，重点支持创意与知识产权发展。

韩国知识产权部编制 2027 年度 7106 亿韩元预算草案：

-总支出：7106 亿韩元，较 2026 年增加 798 亿韩元，为历年最大年度增幅；

-重点项目支出：拟安排 4731 亿韩元，较上年增加 584 亿韩元；

-核心增量方向：母基金出资（新增 200 亿韩元）、知识产权导向型企业成长扶持（新增 173 亿韩元）、海外专利布局保障（新增 130 亿韩元）等。

据韩国知识产权部官方网站消息，由部长金容善（Kim Yong Sun）主管的韩国知识产权部目前已编制完成 2027 财年预算草案，总金额达 7106 亿韩元，较 2026 年增长 798 亿韩元，增幅 12.7%，创下该部历年预算最大年度增幅。直接支撑知识产权创造、运用与保护的重点项目经费同样实现大幅提升，新增 584 亿韩元，增幅 14.1%，总规模达到 4731 亿韩元。

韩国知识产权部总预算：从 2026 年的 6308 亿韩元增至 2027 年预算草案 7106 亿韩元（新增 798 亿韩元）

重点项目经费：从 2026 年的 4146 亿韩元增至 2027 年预算草案 4731 亿韩元（新增 584 亿韩元，增幅 14.1%）

2027 年韩国知识产权部的资源投入将集中在四大核心领域：（1）创意与知识产权的商业价值变现；（2）强化技术与知识产权保护；（3）搭建地方主导的知识产权生态体系；（4）推进知识产权领域的人工智能转型。

（一）打造创意与知识产权可直接产生收益的社会环境

韩国知识产权部将搭建完善配套支撑体系，推动创意构想与知识产权顺利转化为实际经营收益。为帮助高价值专利通过许可等商业化路径，在全球市场获取许可收入，将全新推出专项扶持项目，为企业海外专利权布局提供支持。

同时，为打通创新型企业的融资通道，韩国知识产权部将重启对母基金的出资，扩大可作为种子资本的公共投资规模，以此撬动更多社会资本进入知识产权转化赛道。本次预算重点依托母基金的新增出资，扩容海外知识产权变现基金，进一步打通知识产权跨境价值转化的全链条。

【新增】支撑全球技术领先的核心专利布局扶持（研发类）：2027 年预算草案 130 亿韩元

【新增】母基金出资：2027 年预算草案 200 亿韩元

同时扩大知识产权商业化全链条扶持力度，助力中小企业自主研发的先进技术落地转化为创新产品。将知识产权交易专业人才队伍规模从 2026 年的 22 人扩充至 2027 年的 36 人，夯实知识产权交易服务的工作基础。为推动高校、公立科研机构的技术成果向私营部门落地转化，将面向高校及公立科研机构下设的技术许可办公室（TLO），新增知识产权

交易对接与商业化落地专项咨询服务。

知识产权导向技术商业化战略扶持（研发类）：从 2026 年的 100 亿韩元增至 2027 年预算草案 251 亿韩元（新增 151 亿韩元）

知识产权交易服务扶持：从 2026 年的 47 亿韩元增至 2027 年预算草案 64 亿韩元（新增 17 亿韩元）

【新增】技术许可办公室能力建设项目（研发类）：2027 年预算草案 27 亿韩元

（二）全方位筑牢技术与知识产权保护防线

随着韩国企业海外业务布局持续拓展，包括商业秘密窃取在内的技术泄露风险同步攀升。针对这一现状，韩国知识产权部将加快搭建关键技术泄露全流程防范体系。针对半导体、船舶制造等核心战略行业开展专项研判，梳理出亟需强化技术保护的重点领域；对上述领域内的企业技术管理制度开展评估，排查潜在安全漏洞，并首次为企业提供定制化技术保护方案。

【新增】构建技术泄露防范体系，强化本土技术竞争力：2027 年预算草案 123 亿韩元

【新增】知识产权保护核心技术研发（研发类）：2027 年预算草案 25 亿韩元

【新增】全球假冒商品跨境协同治理：2027 年预算草案 4 亿韩元

（三）开启知识产权驱动地方特色产业增长的全新阶段

推动地方特色资源、区域优势产业转化为可运营的知识产权资产，依托这类高附加值知识产权，为青年创业和本土企业成长提供全链条支撑。深度挖掘地方特色资源衍生的全新商业赛道，扶持开发具备高溢价能力的区域品牌与原创外观设计。针对青年创业者依托地方特色产业衍生的知识产权开展创业的场景，提供知识产权商业化方案制定、产品落地开发的全流程配套支持。

重点推出青年知识产权券计划，覆盖专利申请等相关服务费用，让青年创业者可以便捷获取所需的各类知识产权服务，以此降低青年创业门槛、激发区域创新活力。

【新增】知识产权导向型企业成长扶持：2027 年预算草案 173 亿韩元

此前仅覆盖中部区域（韩国科学技术院 KAIST）、东南部区域（浦项科技大学 POSTECH）的下一代创业拔尖人才培养项目，将进一步拓展至西南区域，正式搭建起覆盖全国的知识产权后备人才培育体系。

下一代创业拔尖人才教育项目：从 2 家合作机构/2026 年 14 亿韩元增至 3 家合作机构/2027 年预算草案 21 亿韩元（新增 7 亿韩元）

（四）引领知识产权领域的人工智能转型

韩国知识产权部将加速把人工智能技术融入知识产权全流程行政管理体系。首要落地动作是开发新一代人工智能驱动的专利检索系统，为公众提供更高效、更精准的知识产权审查与行政审查配套服务。

【新增】人工智能专利检索系统开发（数字化建设类）：2027 年预算草案 43 亿韩元

专利申请、纠纷处理等知识产权信息具备极强的专业属性，虽然实用价值突出，但普通公众获取与使用的门槛长期居高不下。为全面提升公共服务的可及性与使用便捷度，韩国知识产权部将落地两项核心举措：（1）依托韩国知识产权信息服务平台（KIPRIS）上线人工智能摘要与比对服务；（2）开发专门用于检索、处理知识产权纠纷信息的专属人工智能助手。

【新增】KIPRIS 简易专利人工智能助手运营：2027 年预算草案 17 亿韩元

【新增】知识产权纠纷信息专用人工智能助手开发：2027 年预算草案 21 亿韩元

金容善表示：“这是韩国知识产权部自 2025 年

10 月正式组建以来的首份预算草案，集中体现了本部全新的发展愿景与政策优先级。本次预算将重点支持政府财政科研经费产出专利的海外价值转化，全方位守护国家高新技术战略产业，抵御海外技术泄露风险。我们将打造一套成熟的创新生态，让创意与知识产权成为坚实的增长资产，依托知识产权核心动力助力韩国实现新一轮跨越式发展。”

韩国知识产权部《2027 年度预算草案及基金管理方案》后续将提交至韩国国会，经相关常设委员会、预算决算特别委员会依次审议后，预计于 2026 年 12 月经国会全体会议表决通过后批准定稿。

（编译自 www.agip-news.com）

韩国绿色能源专利优先审查制度

在美国专利商标局终止气候变化缓解试点项目后，韩国依据《专利法》第 61 条为绿色技术专利申请保留了优先审查通道。



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）

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

2025 年韩国大企业集团商标特许权使用费达 2.2291 万亿韩元，较 2018 年上涨 69%，因缺乏公开定价标准，业界呼吁出台明确规则。

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）

印度

印度专利侵权案件赔偿额屡创新高：原因探析

印度专利侵权判赔额屡创新高，逐步接近美欧执行标准，反映该国知识产权执行体系正在发生深刻的范式转变。

引言

印度的专利执行体系正经历着深刻的范式转变。过去，印度被视为一个专利侵权赔偿判决往往仅具象征意义的司法管辖区，而如今，印度法院判赔的巨额损害赔偿金已可媲美美国和欧洲的执行标准。这一转变为在印度持有知识产权的跨国企业带来了积极信号，凸显了印度司法机构对知识产权保护的高度重视。

就在几年前，如此高额的赔偿还难以想象。通常的赔偿额在 10 至 50 万卢比之间，极少数情况下可能达到 1000 万卢比。然而，短短 5 年间，这一标准已彻底改变。仅在 2024 年，印度法院在两大主要专利案件中判赔的总额就超过了 46 亿卢比（约合 5500 万美元）。其中，一起电信专利纠纷案的单案赔偿额高达 24.4 亿卢比（约合 2700 万美元），另一起涉及天线技术侵权的案件则判赔 21.7 亿卢比（约合 2400 万美元）。

需要明确的是，这些变化并非源于司法机构的偶然或随意之举，而是制度改革合力作用的结果，包括设立配备现代程序法的知识产权专门法院、出台相关政策举措，以及为损害赔偿计算提供框架的司法判决。

不断演进的制度基础

知识产权纠纷技术性极强，需要超越普通法庭审理范围的专业能力。遵循这一原则，德里高等法院《2022 年知识产权权利修订规则》（IPD 规则）为法官处理知识产权纠纷引入了损害赔偿计算框架。该规则规定了 6 项具体考量因素，取代了过去依赖法官自由裁量的做法。

除赔偿计算方法外，IPD 规则还引入了保密俱乐部制度，允许为评估损害赔偿而交换敏感信息，同时保护商业信息和竞争性机密。此外，法院还可聘请技术和经济专家协助进行复杂的损害赔偿计算。规则中另一项重要进展是即决裁判机制，使法院能够更高效地解决纠纷，弥补了以往专利诉讼体系中快速通道的缺失。

这些重要发展催生了专门审理知识产权纠纷的司法法庭，能够应对现代专利诉讼中复杂的经济和

技术问题。

里程碑式判决

在 Telefonaktiebolaget LM Ericsson 诉 Lava International Limited 一案中，德里高等法院作出有利于爱立信的判决，判赔 24.4 亿卢比（约合 2700 万美元）。该案争议围绕制造商为符合行业标准所必须使用的 2G 和 3G 标准必要专利技术展开。此案中，爱立信长期试图与 LAVA 就许可条款进行谈判，但 LAVA 一直回避签署最终协议。法院认定 LAVA 不愿接受合理条款，以此逃避正式协议。尽管谈判始于 2011 年，且相关专利已于 2020 年到期，但法院判定赔偿涵盖整个 9 年期间，并确立了企业不能因无视许可要求而免责的原则。

此外，在 Communication Components Antenna Inc.诉 Mobi Antenna Technologies (Shenzhen) Co Ltd 等案中，德里高等法院判赔 21.7 亿卢比。该案涉及专为提高频谱效率而设计的蜂窝天线。法院在审理中采用了经济分析方法，综合考虑了若无侵权行为专利持有人本可占据的市场份额、可触达市场规模以及单位利润经济模型，并将这些因素乘以侵权持续时间。即便被告退出诉讼程序以逃避责任，法院仍继续裁定赔偿。

尽管上述案件涉及复杂技术和跨国公司，但其背后的审判思路并非仅限于此类纠纷。德里高等法院 2023 年 10 月对 Strix Ltd.诉 Maharaja Appliances Ltd.一案的判决即说明了这一点。该案涉及一项相对简单的电热水壶温控技术发明。尽管具体财务证据有限，法院仍采用合理权利金法判赔，依靠推定损害赔偿确保专利权人获得有意义的补偿。该判决表明，只要现有证据能为评估提供合理基础，缺乏完整的市场或财务数据并不必然妨碍法院作出高额赔偿判决。

上述判决及其他多个案例共同标志着过去 5 年间印度知识产权执行体系发生的范式转变，以及这一转变为印度知识产权善意持有人带来的红利。法院一直在强化立法意图，即保护知识产权权利人，并在侵权发生时提供公平补偿。

结语

专利损害赔偿领域的广泛发展对各利益相关方均产生深远影响。这些进展使印度成为对跨国专利持有人颇具吸引力的司法管辖区，因为法院已开始判赔与所涉技术实际经济价值相符的赔偿额。持有高价值专利组合的企业因此更有望获得切实有效的救济，而不再面临过去印度专利诉讼中常见的拖延与不确定性。

这些发展对印度快速增长的电讯和电子制造业既是机遇也是责任。更清晰、更可预期的损害赔偿机制有助于营造更具竞争性的市场环境，促使企业通过真正的创新展开竞争，而非试图规避或破坏专利权。同时，更强的执行力度有助于增强企业在印度投资研发、技术和制造业的信心，因为高价值知识产权有望获得切实的司法保护。长远来看，更可靠的专利执行体系将强化创新激励，助力印度进一步吸引投资和先进制造业活动。

此外，印度法院的明确立场也对侵权方构成威慑，表明侵犯知识产权的责任无法逃避。所有这些发展正在构建一个更健全的保护体系，既鼓励跨国企业扩大在印业务布局，也震慑意图通过侵犯他人知识产权获取不正当利益的侵权者。

（编译自 www.mondaq.com）

标签之外：印度食品安全与标准管理局对品牌身份欺骗的管辖边界

文章探讨印度食品安全与标准管理局对品牌身份欺骗的管辖边界，厘清商标法与食品安全法在

标签与如实标示问题上的分工与交叉。

引言

知识产权法与食品安全法历来被视为两个各自独立的领域，分管于不同的主管机关，各有各的法律依据，也各有各的立法目的。知识产权法处理的是权利人对商标的专有权利，以及他人未经授权使用商标的法律后果；食品安全法处理的则是食品的安全、标签和如实标示，以保护公众。人们通常认为二者井水不犯河水，品牌争议归民事法院依 1999 年《商标法》审理，食品安全问题则由监管机关负责。但这一划分忽略了一个二者真正交汇的地带：说到底，两部法律关心的都是消费者会不会被误导。当商标的使用让消费者对买到的商品产生错误认识（无论是误解了产品的性质，还是误认了产品的来源），同一个行为就既是商标侵权，也是食品安全问题。

这一问题绝非纸上谈兵。只要食品经营者以无权使用的品牌身份从事经营（无论是仿冒、伪造标签，还是在特许经营、许可或供应关系终止后继续使用某一商标），问题就会出现。在这些情形中，消费者被欺骗的并不是食品的成分，而是食品的来源；随之而来的，是消费者无从知晓该品牌本应保障的质量管控、卫生标准和责任追溯。核心论点在于：印度食品安全与标准管理局（FSSAI）目前所持的两个立场无法并存，而按照其自身近期的论证逻辑，它应当将品牌身份欺骗视为 2006 年《食品安全与标准法》授权范围内的事项，而不是留给商标法处理。

FSSAI 自身关于商标法与食品安全法交集的论证

一个有益的起点是 FSSAI 对“口服补液盐（ORS）”争议的处理。2025 年 10 月，FSSAI 发布指令，要求不符合世界卫生组织（WHO）规定的口服补液盐配方的食品不得使用“ORS”这一名称。FSSAI 依据《食品安全与标准法》第 23 条和第 24 条，并结合 2020 年《食品安全与标准（标签与展示）条例》，认为在普通食品饮料上使用这一公认的临床术语构成错误标注，并对食品的性质和质量作出误导性表述。瑞迪博士实验室（Dr. Reddy’s Laboratories）对该指令提出质疑，但德里高等法院拒绝干预。法院指出，如果消费者依赖虚假标注的产品，可能产生“有害影响和不良健康后果”，并对 FSSAI 在食品安全事务上的专业判断予以尊重。

对本文而言更重要的是 FSSAI 于 2025 年 10 月 30 日发布的命令，该命令直接回应了商标法与食品安全法的交叉问题。由此可以提炼出两个命题。第一，1999 年《商标法》“并未允许任何组织利用商标在消费者中制造欺骗”。据此观点，商标所确认的是竞争者之间的专有权利，并不授权其权利人误导公众。第二，《食品安全与标准法》第 89 条具有“不受其他法律限制”的性质，因此食品安全法的遵守效力不受任何其他现行法律中不一致规定的影响。基于以上前提，FSSAI 得出结论：“即便是有效注册的商标，也不得以误导消费者或违反食品安全规定的方式使用。”简言之，商标注册并不能成为《食品安全与标准法》下错误标注或误导性表述指控的抗辩理由。

如果这一结论成立，那么反过来也应成立。商标注册既不能对抗 FSSAI 的法定职权，也不能用来排除这一职权。该局依据《食品安全与标准法》享有的管辖权，不会仅仅因为所投诉的欺骗行为同时可以在民事法院作为仿冒或侵权起诉就消失。这部法律的存在，本就是为了保护食品消费者，确保食品交易中的诚实信用。当消费者对食品经营者的身份产生误认，进而对该食品所依据的生产标准产生误认时，《食品安全与标准法》的保护机制就显然应当启动。

德里高等法院已在相关情境中承认了这种交

集，也承认了 FSSAI 在其中的地位。在 Hershey Company 诉 Atul Jalan 案中，法院认定，在经改动的产品上使用原告商标，初步构成侵权，因为这会让消费者误以为该产品由原告销售，并据此指令该局对涉案商品进行检查和扣押。法院同时指出，该局未能以必要的紧迫性处理涉及电商平台销售此类过期和错误标注产品的案件。这一命令因此实现了两个目的：既确认了该局对因商标滥用而引发的食品安全违法行为具有管辖权，也坦诚地记录了此类问题当前存在的执法缺口。

正在浮现的管辖权问题

这一问题目前正在德里高等法院审理，源于 Veerji Restaurants 提起的一宗令状请愿。请愿人要求 FSSAI 对未经授权、擅自使用其商标并造成消费者混淆的食品经营者采取行动。具体而言，请愿人请求法院指示该局将其陈述作为投诉处理，依据《食品安全与标准法》第 41 条和第 42 条对违规食品经营者展开调查，并依据第 32 条启动执法程序。德里高等法院经初步审查后已发出通知。该局表示，请愿人的投诉正在审查中，将依据适用的规则和条例采取必要行动。法院据此指示该局在下次听证前提交现状报告。这一诉讼提出了一个重要问题：该局对品牌身份欺骗行为的管辖权究竟有多大。

监管合规总监曾向网络平台发出通知，要求调查并将未经授权的食品经营者下架。这说明，涉及消费者欺骗和公共利益的问题，在适当情形下可能需要监管介入。此类管辖权究竟依据何在、范围多大，值得进一步由司法加以明确。

在《食品安全与标准法》中定位违法行为

当食品以某一特定品牌身份销售时，理性消费者会将其与品牌通常所承载的标准、质量管控、采购规范及声誉联系起来，并基于这种关联作出购买决定。被未经授权的食品经营者所欺骗的消费者，可能面临真实的健康风险，所食用的食品仅仅声称来源于或关联于知名品牌，实际上却完全不具备该品牌的任何保障。这里的损害并非臆测，而是信任被错误放置的可预见结果。

按通常理解，《食品安全与标准法》的相关条款（主要是第 3 条第 1 款第(zf)项对“错误标注食品”的定义，以及第 23 条和第 24 条）似乎针对的是消费者对食品本身特性（如成分、质量、数量或营养价值）产生误认的情形。ORS 案的意义在于，监管调查根本不取决于产品的物理成分。令 FSSAI 担忧的是“ORS”这一表述所造成的误导性商业印象以及由此产生的欺骗可能性，而非产品成分中存在任何已证实的缺陷。监管机关在意的，是这款产品向消费者传递了什么信息，而不是瓶子里装了什么。

同理，只要欺骗行为影响了消费者的选择，并使其面临风险，FSSAI 的职权就可以延伸至食品经营者的来源、关联关系或身份，而不限于食品的成分或种类。毕竟，关于来源的表述本身就是关于食品的表述，而虚假表述食品，正是错误标注和误导性表述条款所要防止的。既然这些条款可以适用于欺骗性的临床术语，却偏偏不适用于欺骗性的商业来源，这样的区分，消费者保护的立法目的本身就无法支持。

结论与前进方向

上述讨论凸显了一个重要问题，即当消费者因未经授权使用食品品牌而受到欺骗时，《食品安全与标准法》的适用范围应如何界定。FSSAI 已经认识到，即便是有效注册的商标，也不得以误导消费者或违反食品安全规定的方式使用。德里高等法院正在审理的程序为司法指导提供了契机，以明确品牌身份欺骗在多大程度上属于《食品安全与标准法》的监管框架。

许可制度本身存在结构性缺陷，这让问题更加严重。按照现行框架，FSSAI 在发证时并不审查申请人是否有权使用其打算经营的商标或品牌。商标

授权一旦失效（无论是特许经营终止、许可到期，还是法院作出命令），也没有任何程序可以据此对已经发出的许可证重新审查或予以吊销。于是便出现了当前诉讼中的怪象：未经授权的经营者照样持有有效的许可证，并借这张许可证制造消费者混淆。

最直接的补救办法，是从准入环节入手。正如公司注册时需要提交法定声明和承诺书，FSSAI 也应要求每一位申请人在取得或续办许可证时作出有约束力的承诺，保证其经营所用的品牌名称或商标归其所有，或已获得适当授权，且不侵犯任何第三方的权利。一旦承诺不实，便可成为暂停或吊销许可证的明确、独立依据，也为监管机关留下可以迅速采取行动的记录。这样的要求能从源头上解决问题：在发证之前就把未经授权的经营者挡在门外，而不是让权利人（更重要的是消费者）走上漫长而结果难料的诉讼之路。这正是现行制度在监管和诉讼两方面留下的缺口，应当加以填补。

真正的解决之道，是把两部法律放在一起协调解读，而不是把它们当成彼此排斥的两套制度。1999 年《商标法》第 29 条处理的是未经授权使用注册商标的侵权行为，《食品安全与标准法》第 23 条和第 24 条禁止的则是食品的错误标注和误导性表述。二者服务于共同的目标，若能结合起来适用，就可以覆盖这样一种情形：经营者无权使用某一品牌身份，却以该品牌提供食品。这种行为既构成商标侵权，也构成《食品安全与标准法》下的错误标注。反过来，如果把两套制度看作互不相干，只会妨碍它们背后共同的消费者保护目的，最终使消费者失去任何一部法律本应提供的保护，而这两部法律本来正是为了消费者的利益才制定的。

（编译自 www.mondaq.com）

积压、瓶颈与快车道：最新专利局数据透露的印度专利审查周期

印度专利局数据显示，审查效率经历台阶式跃升后趋于平稳，2023 年机构重组促成创纪录结案，但积压与瓶颈问题依然存在。



一个创纪录的年份，随后回归常态。

印度专利审查效率的改善是真实存在的，但更准确的理解是：它经历过一次台阶式跃升，随后趋于平稳，而不是一条平滑下行的曲线。根据印度专利局《2024—2025 年度报告》，2023 年该局内部进行了一次重大的机构重组，近 370 名审查员晋升为审查官，这也促成了 2023—2024 年度的一次创纪录结案，共审结约 12.6 万件专利申请，其中授权超过 10 万件。那是一个异常高效的清库存之年。

2024 至 2025 年度的数据则恢复到平常水平：当年授权专利 33504 件，报告显示，这一数字较上一年度创纪录的 103057 件下降约 67.49%。专利局也坦言，同样是这轮重组，加上新审查员招聘因法律障碍受阻，使得初审阶段待审量再度上升。换言之，一轮产能爆发清掉了积压的案件，但要维持这样的处理量，仍取决于能否补充审查员。这也正是报告提到新招 550 名专利审查员的原因。

改善是真实的，但轨迹并非直线。一个创纪录的清库存之年之后，是回归常态，以及初审阶段重

新出现的积压压力。

快车道：另一套时间表

对于关心审查周期的申请人而言，最具决定性的一项机制是加快审查。该机制最初仅面向少数几类申请人，自 2019 年 9 月起扩展至更多类别，包括小实体、女性申请人、政府部门及机构，以及通过专利审查高速路（PPH）提交的申请，其使用量持续攀升。加快审查请求从 2020—2021 年度的 1566 件增至 2024—2025 年度的 7154 件。

对于需要据此安排授权时间的人来说，报告本身的表述才是关键：走加快审查途径的申请，多数情况下从提出请求之日起，平均约一年内即可获得授权或最终审结，而常规审查途径则可能需要数年。这才是“从数年缩短到数月”这一说法的准确版本：它并非对所有申请一体提速，而是为符合条件并主动选择该途径的人士提供了一条明显更快的通道。

数据对申请人意味着什么

把这些数字放在一起看，呈现出的是一个既扩充了产能、也建起了可靠快车道的体系，同时仍在应对审查环节周期性的待审积压。基于这些数据，可以得出以下几点观察：

路线选择对周期的影响，几乎超过其他任何因素。加快审查平均约一年、常规途径动辄数年，这一差距是已公布数据中最大的单一变量。

能否走快车道由类别决定。类别的扩展意味着许多印度申请人，包括初创企业、小实体、教育机构等，都落入可适用加快审查的范围。

待审积压是周期性的，并未真正解决。专利局自己也提示初审阶段待审量再度上升，这提醒人们：任何单一年度的结案总量，可能反映的是当年产能的波动，而非一个新的、稳定的常态。

（编译自 www.mondaq.com）

数字广告中的商标保护：德里高院最新判例重塑搜索平台责任规则

德里高等法院在 Hindware 诉高仪案中就关键词广告作出裁判，重塑搜索平台在数字广告中的商标责任规则。



引言

商标法与数字广告的交汇处长期以来一直是有争议的领域。其中最为持久的争议焦点之一，便是关键词广告，即企业向搜索引擎付费，以便在用户搜索竞争对手品牌名称时展示自己的广告。德里高等法院在 Hindware 有限公司起诉高仪印度私人有限公司（Grohe India Pvt. Ltd.）一案中，就两个问题给出了迄今为止印度司法层面最为明确的回答：将注册商标作为搜索关键词出售是否构成商标侵权？搜索引擎本身能否被追究责任？

对于这两个问题，该法院均给出了肯定的裁决。该法院不仅永久禁止谷歌有限责任公司（Google LLC）及谷歌印度私人有限公司（Google India Private Limited）将原告的注册商标用作广告关键词，还判令二者连带支付 30 万卢比的象征性损害赔偿，并认定谷歌不得依据 2000 年《信息技术法》第 79 条享有中间人安全港豁免。

案件背景与事实

Hindware 有限公司是“HINDWARE”商标的注册权利人，该商标自 1991 年起用于卫浴产品，且在司法程序中亦曾被确认为驰名商标。

2013 年至 2014 年间，Hindware 发现竞争品牌 Cera Sanitaryware 和高仪印度通过谷歌的 AdWords（现为 Google Ads）计划，购买了“HINDWARE”及其变体形式作为广告关键词。结果，当消费者搜索“hindware sanitaryware”等关键词时，竞争对手的赞助广告会出现在搜索结果顶部。

Hindware 提起了两起诉讼。广告主被告（即高仪、Cera 及其网站开发方）随后与原告达成和解并同意该法院判决。诉讼仅针对谷歌有限责任公司和谷歌印度继续进行，使得本案成为对平台责任的直接审查。

法律争议焦点

本案需要裁决两个问题：

谷歌将 Hindware 的注册商标作为广告关键词出售的行为，是否构成 1999 年《商标法》第 29 条意义上的商标“使用”？

谷歌是否有权依据 2000 年《信息技术法》第 79 条，作为“中间人”享受安全港保护？

法律解释：“在广告中使用”

1999 年《商标法》第 29 条第(6)款(d)项规定，如果某人在“广告中”使用注册商标，即构成对该商标的使用。谷歌主张，该条款要求商标必须在广告中可见地出现。该法院驳回了这一解释。

该法院将第 29 条第(6)款(d)项与第 2 条第(2)款(c)项（后者将商标“使用”的概念扩展至“任何其他关系”）结合起来解读，认为“在广告中”这一表述涵盖了整个广告过程，而不仅限于向消费者展示的最终广告。因此，将商标作为触发关键词在后台的隐形使用，也属于法定的“使用”范畴。

这一解释立足于立法文本。法律条文使用的是动名词“advertising”（广告行为/过程），而非名词“advertisement”（广告本身）。该法院据此认定，广告的触发机制与广告的可见内容一样，都是广告过程的组成部分。

平台责任与安全港

更具深远影响的裁决涉及谷歌的责任。《信息技术法》第 79 条赋予中间人就第三方信息享有豁免权，前提是中间人未发起、选择或修改内容。谷歌的抗辩理由是，它仅仅是作为中立通道托管了关键词竞价活动。

该法院不接受这一定性。根据庭审中提交的证据，包括对谷歌自身证人的交叉询问，该法院认定以下事实：

谷歌允许竞争对手对注册商标进行竞价和拍卖；

在将商标列为可用关键词之前，谷歌并未征得商标权人的事先同意；

谷歌保留了这些关键词竞价产生的全部收入；

谷歌的关键词规划工具（Keyword Planner）会主动向潜在广告主推荐竞争对手的商标作为关键词。

基于以上事实，该法院认定谷歌“并非被动的中间人，而是运营着一项广告业务，并对此拥有全面控制权”。因此，该法院裁定，谷歌的 Google Ads 计划不适用第 79 条的安全港保护。

救济措施

该法院颁发了永久性禁令，禁止谷歌有限责任公司和谷歌印度在 Google Ads 平台上使用原告的注册商标，包括“HINDWARE”及其变体形式。

法院进一步判令谷歌连带支付名义性损害赔偿金 30 万卢比，并承担诉讼的实际费用。

意义与评析

该判决对商标实务工作者具有三点值得关注的影响。

1. 中间人责任

该判决将安全港的审查要点从“该实体是否为中间人”转向了“该中间人为了创收做了什么”。第 79 条旨在保护被动的信息通道。该法院认为，该条款不适用于建立在将第三方商标变现基础上的盈利模式。

这一区分在法理上是有依据的，但在上诉中可能会受到严格审查，尤其是关于要求平台承担商标权审查义务是否符合安全港保护的结构性逻辑这一问题。

2. 数字环境下的商标保护

该裁决为品牌所有者提供了直接起诉搜索平台的法律依据。从实际操作层面看，这使品牌方能够诉诸比单个广告主财力更雄厚、更易追责的被告。

判决中对第 29 条“使用”的解释，很可能在未来的关键词广告纠纷中被援引，并可能对印度商标法在数字领域的司法发展产生重要影响。

3. 比较法视角

该裁决与欧盟法院在谷歌法国（Google France）诉路易威登（Louis Vuitton）案中的立场存在分歧。欧盟法院在该案中认为，谷歌存储关键词的行为本身不构成商标“使用”。同时，该裁决也不同于美国的判例法路径，美国法院在 Rosetta Stone Ltd.诉 Google Inc.和 1-800 Contacts, Inc.诉 FTC 等案件中，普遍倾向于不将责任加诸于平台层面。

印度的做法直接将责任归于平台本身，在这些不同的模式中代表了更具干预主义色彩的立场。

结论

Hindware 有限公司诉高仪印度私人有限公司一案是印度商标法领域的一项重大进展。它首次以终局裁决（而非中间裁定）的形式确立了以下规则：关键词广告构成 1999 年《商标法》意义上的“在广告中使用”商标，且积极运营关键词竞价并从中获利的搜索平台不享有安全港豁免。

品牌所有者如今拥有了一条直接针对平台本身的法律救济途径，而不再仅限于对单个广告主提起诉讼。（编译自 www.mondaq.com）

其他

热点案件背后的法理：5 起名人纠纷中的知识产权核心规则

文章选取全球 5 起涉名人的典型案例，剖析知识产权在申请注册、权利归属、商业运用与维权执行环节的基础规则，说明名气本身并不足以化解纠纷。



知识产权的保护，有时会与知名度、公众认知紧密挂钩。但倘若案件涉及合同义务或是已注册的知识产权权利，仅凭名气，并不足以化解知识产权纠纷。下文选取全球 5 起典型案例，围绕知识产权的申请注册、权利归属、商业运用以及维权执行，剖析其中若干基础法律问题。

美国：泰勒．斯威夫特（Taylor Swift）商标

申请遭驳回

泰勒.斯威夫特近期提交商标申请，拟注册《The Life of a Showgirl》，该名称是其第十二张录音室专辑的专辑名。

商标审查员在审查商标申请时，会综合多项因素判断是否准予注册，混淆可能性就是其中一项核心考量（即普通消费者是否会对商标对应的商品来源产生误认）。美国专利商标局认为，泰勒．斯威夫特的这份申请存在混淆风险。作出该认定的依据是，马伦．韦德（Maren Wade）已于 2015 年注册在先商标《Confessions of a Showgirl》。

美国专利商标局驳回该申请的理由包括：两件商标均包含核心显著识别部分“of a showgirl”，二者缺乏足够的区分要素；商标所使用的商品服务领域存在重合，均属于娱乐演艺行业；消费者有可能误认为两件商标来源于同一商业主体。

此后，马伦．韦德在加州对泰勒．斯威夫特及其关联公司提起诉讼，主张泰勒．斯威夫特使用的标识，在结构、措辞以及整体商业观感上，与自己的注册商标极易造成混淆。她同时援引美国专利商标局的驳回决定，用以佐证存在混淆可能性。本案目前尚未作出判决，但该案例极具警示意义：申请知识产权注册，必须满足各项法定要件。

澳大利亚：凯蒂．佩里（Katy Perry）诉凯蒂．佩里（Katie Perry）商标纠纷案

澳大利亚时装设计师凯蒂.泰勒（Katie Taylor），于 2008 年为自有服装品牌注册“KATIE PERRY”商标，该商标注册合法有效。后续歌手凯蒂．佩里开始以“KATY PERRY”为名销售周边商品，这位设计师随即以商标侵权为由起诉歌手。

歌手凯蒂．佩里辩称，“KATY PERRY”标识已经积累极高市场知名度，消费者并不会产生混淆，并请求撤销设计师的注册商标。下级法院对此案曾作出前后矛盾的裁判。2026 年 3 月，澳大利亚最高法院作出判决，支持设计师一方，维持“KATIE PERRY”商标注册有效。

最高法院着重指出：商标所承载的知名度，必须绑定特定的商品或服务；个人自身的名气，不足以对抗他人已经合法取得的知识产权。法院同时认为，歌手凯蒂．佩里的全球知名度，反而降低了混淆发生的概率，普通消费者基本不会将国际巨星凯蒂．佩里，和澳大利亚本土服装品牌凯蒂．佩里相混淆。

英国：祖玛珑（Jo Malone）遭雅诗兰黛（Estée Lauder）起诉姓名使用权纠纷

祖玛珑旗下品牌“Jo Loves”近期与飒拉（Zara）合作推出全新香氛产品线。产品包装标注文字：“由英国勋章获得者、Jo Loves 创始人祖玛珑打造”。2026 年 3 月，雅诗兰黛向英国高等法院提起诉讼，起诉祖玛珑，案由为违反 1999 年双方签订的品牌收购协议。

当年这份协议约定，雅诗兰黛收购祖玛珑个人香水业务，取得祖玛珑品牌所有权，同时获得该姓名的商业使用权利。雅诗兰黛的诉请包含违约、商标侵权以及仿冒之诉。雅诗兰黛还主张，本次和 Zara 的合作，会损害祖玛珑伦敦品牌原本的奢侈品定位。据报道，雅诗兰黛主张 20 万英镑损害赔偿金。

1999 年的收购协议中，明确约定祖玛珑在香氛相关商业场景下，对自己姓名的使用要持续受到限制。不过，英国商标法规定，自然人有权使用自己的本名，这属于法定抗辩事由，但该抗辩仅能由本人行使。本案仍在审理，高等法院尚未出具判决。法庭需要平衡两项冲突：一是“本人姓名抗辩权”，二是尊重当事人自愿签署的合同约定。案件最终走向，很大程度上将取决于 1999 年协议文本的具体措辞。

英国：维多利亚．贝克汉姆（Victoria Beckham）诽谤诉讼案

维多利亚．贝克汉姆卷入高等法院诽谤诉讼。此前她指控一家纪念品商店售卖丈夫大卫．贝克汉姆（David Beckham）的伪造签名藏品。她关于签名造假的说法被媒体报道，致使该商店商誉受损、经营遭受损失。商店经营者随即提起诽谤诉讼，维护自身名誉。

经过进一步核查，维多利亚．贝克汉姆确认这批签名属实，认可原告是诚实经营、信誉良好的商户。双方最终达成庭外和解：维多利亚．贝克汉姆支付 5.5 万英镑赔偿金，承担对方诉讼费用，发表正式道歉声明；同时约定，由大卫．贝克汉姆为该商店提供官方授权的亲笔签名周边商品。

泰国：音乐视频署名权纠纷

韩国嘻哈艺人 Moon 与泰国导演纳普松．索姆利特（Napussorn Somlit）之间的纠纷仍在持续，争议焦点为 2026 年 3 月发布的 MV《Fresh Girls Stand Up》的著作权署名。MV 发布之初，Moon 被标注为导演，纳普松．索姆利特公开提出异议，称自己受聘担任本片导演，承担主要制作工作。

此后片尾署名作出调整，将纳普松．索姆利特列为联合导演，但她认为该署名仍无法客观反映自己的实际工作。Moon 为佐证自己的创作参与度与贡献，公开出示 ChatGPT 对话记录作为证据，让本案受到更多关注。

本案尚未尘埃落定，引出著作权归属与知识产权创作的一系列法律问题。双方之间的书面约定内容外界无从知晓。此外，使用 ChatGPT 创作，也抛出一个诸多司法辖区尚未形成定论的难题：人工智能参与创作过程，会如何影响艺术作品的著作权归属？

五大案例提炼出的实务启示

无论申请人本身名气多大，混淆可能性都可能成为商标申请的阻碍。

若他人享有在先注册商标权利，仅凭自身全球知名度，不足以对抗商标异议。

转让权利时务必厘清转让范围，充分评估后续影响，尤其关注后续使用权。一旦通过合同自愿让渡相关权利，并非所有国家/地区都允许你再将自己的姓名用于商业获利。

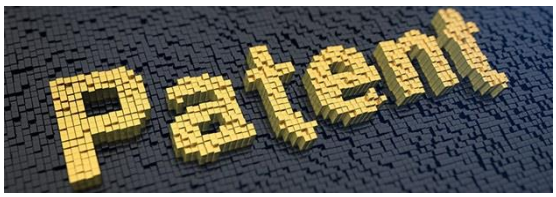
在发起维权行动前，务必核实确认自身权利确实遭到侵害。

项目启动前，明确各方工作分工与对应的权利；人工智能时代，需要重视著作权归属问题。

（编译自 www.mondaq.com）

马来西亚拟议专利链接制度最新修订

马来西亚为履行 CPTPP 义务着手建立首套专利链接制度，计划 2027 年 5 月 1 日实施，将重塑创新药与仿制药企业的审批周期与维权策略。



马来西亚医药领域的知识产权监管规则即将迎来重大变革。马来西亚于 2022 年 9 月 30 日批准加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP），受该协定约束，马来西亚正着手搭建本国首套专利链接制度。为履行 CPTPP 项下义务，这套专利链接制度计划于 2027 年 5 月 1 日正式落地实施。

马来西亚国家药品监管局（NPRA）近期发布《药品专利链接实施指南（草案）》，公众意见征询期为 2026 年 4 月 1 日至 2026 年 5 月 1 日。目前意见征集工作已经结束，该制度方案进入最终定稿阶段。创新药企、仿制药生产企业以及法律从业者，都需要密切关注这套新规将对监管审批周期、专利维权策略以及产品上市规划带来的各类影响。

指南草案全文及公众征询结案报告，可前往马来西亚统一公众咨询官网查阅。

马来西亚国家药品监管局指南草案核心运行规则

该指南草案在药品行政审批注册与对应新药的专利状态之间建立行政关联，这套拟实施制度的核心要点如下：

适用范围

专利链接制度仅适用于人用药品，但明确将生物制品排除在外，包括疫苗、抗毒素/生物药、细胞与基因治疗产品、先进疗法产品，以及来源于人体血液或血浆的其他医药产品。

制度覆盖的专利类型包括：保护药物活性成分、制剂、多晶型、盐类、酯类、剂型、给药方案的产品专利，以及已注册新药获批适应症（医疗用途）相关专利。

生产工艺专利与包装专利不在适用范围内。

公共卫生例外条款：发生公共卫生紧急事件、国家采取紧急应对措施，或是强制许可、政府授权使用专利正在执行的情形下，专利链接制度不予适用。

新注册产品与已上市注册产品的申报规则

若专利持有人或其被许可人要申报药品新注册，且相关专利已生效、或已向马来西亚知识产权局（MyIPO）提交专利申请，则需要提交第二类申请，具体要求下文详述。

对于已经完成注册的药品，当新药注册持有人（PRH）获得新授权专利，或是专利权利状态发生变更时，必须在马来西亚知识产权局公告专利授权之日起 30 日内，通过马来西亚国家药品监管局线上监管平台 QUEST3+完成信息报备。

整体来看，这套拟议机制和美国的《橙皮书》制度较为相似，但和美国橙皮书不同，马来西亚并未计划设立独立、集中的专利公开登记簿。相关专利信息将嵌入 QUEST3+系统的产品查询模块，与其他监管信息一并对外公开。

药品新注册申请划分为四大类别：

第一类：该药品没有处于生效状态的相关专利。

第二类：存在生效相关专利；申请人即为该专利的所有权人、被许可人，同时也是新药注册持有人。

第三类：存在生效相关专利；申请人既不是专利所有人，也不是被许可人，但承诺在专利到期前

不会将该药品投放市场。

第四类：存在生效相关专利；申请人既不是专利所有人，也不是被许可人，但主张涉案专利无效、自身产品不会构成专利侵权，或是计划在专利到期前就实现产品上市销售。

第四类申请的审批流程

45 日告知期限：若仿制药申请人提交注册申请时，对应药品存在已登记的有效专利，则必须向马来西亚知识产权局 IPOnline 系统登记的专利持有人，以及 QUEST 系统登记的新药注册持有人发出书面通知。专利方确认收到该通知后，将自动触发 45 日法定强制起诉窗口期，马来西亚国家药品监管局在此期间暂不作出注册审批决定。

12 个月自动暂缓审批：倘若专利持有人在 45 日窗口期内提起专利侵权诉讼，马来西亚国家药品监管局将自动暂停该仿制药的上市审批，暂停期限最长 12 个月。

暂缓审批提前终止情形：出现以下任意一种情况，暂缓审批即可提前结束：法院作出终局判决；案件被驳回或原告撤诉；各方达成和解协议；相关专利到期。如未发生前述情形，12 个月暂缓期届满后，无论相关诉讼程序是否还在进行，马来西亚国家药品监管局都将继续推进常规药品注册审批。

与新加坡制度对比

新加坡是东南亚较早落地专利链接制度的国家，自 2004 年起正式实施。新加坡的药品专利链接规则下，申请人申报含有专利技术的治疗类产品注册时，需要向新加坡卫生科学局（HSA）提交声明，列明产品涉及的专利信息以及专利权利人。如果申请人并非专利权利人，卫生科学局会要求申请人向专利权利人送达告知文件。

从这一点来看，马来西亚的制度草案与新加坡专利链接制度有不少共通之处：两者均要求申请人提交声明、向专利权利人履行通知义务，同时设置 45 日告知窗口期。但二者也存在关键差异：第一，新加坡专利链接制度并未把生物制品排除在外；行政架构设计也不一样。马来西亚明确将注册申请分为 4 类，同时要求已获批新药的注册持有人，必须通过监管线上平台更新专利信息；新加坡则没有采用这套分类模式，也没有同类信息披露机制。

第二，审批暂缓的时间上限不同。马来西亚方案设置 45 日告知期，若及时提起诉讼，最长可暂缓审批 12 个月。而在新加坡，专利权利人可向法院申请救济，最高能够阻滞仿制药审批进程长达 30 个月。马来西亚拟定的最长暂缓周期明显更短。

评析

这套拟议制度值得肯定，它能够让专利权利人提前获知仿制药申报信息，在涉嫌侵权仿制药获批前，拥有采取维权行动的机会。但草案部分条款，会实质性削弱专利保护力度。

首先，制度直接排除生物制品。即便生物药研发投入巨大、配套专利组合复杂，生物药创新企业也无法享受专利链接机制带来的保护。草案既没有说明作出该排除处理的实质理由，也没有给出时间表，将生物制品纳入专利链接体系。至少在最终版指南中，应当对排除生物制品的原因作出解释，并规划分阶段路径，逐步把生物药及生物类似药纳入专利链接管辖范围。

其次，固定 12 个月的暂缓审批期限，对于马来西亚法院审理复杂医药专利纠纷而言，时间未必充足。该时限有可能出现：法院尚未就专利有效性、侵权与否作出裁判，监管机构就已经批准仿制药，仿制药甚至直接上市。这就迫使专利权利人必须尽快拿到法院禁令，这就会削弱制度设立的初衷，让专利权人在涉嫌侵权产品上市前，有充足时间行使救济权利。

需要说明，该制度尚未敲定终稿。前文提及，公众征询已于 2026 年 5 月结束。期待结合各界反馈，

最终版本可以适当延长暂缓审批期限；或者赋予法院权力，结合案件事实、诉讼进展、双方行为以及不可弥补损害风险，对初始暂缓期限予以延长。比如参考新加坡、美国等其他司法辖区，考虑设置 30 个月的暂缓审批周期。

若可以解决以上两点问题，不同医药技术领域就能获得更加均衡的保护，专利链接机制也可以发挥更大效用。

实务启示

马来西亚卫生部目前正在梳理公众咨询反馈，拥有医药专利的企业应当提前作好准备，应对即将到来的监管变化：

梳理专利组合：药企需要确保马来西亚知识产权局登记的专利信息，与提交马来西亚国家药品监管局的申报资料保持一致；一旦有新专利获得授权，要及时在监管线上平台更新信息。

作好诉讼预案：一旦收到仿制药方的告知，想要启用自动暂缓审批，就必须严格在 45 天窗口期内提起诉讼。专利持有企业应当建立快速响应机制，收到通知后可迅速起草、提交侵权起诉文件。

维护联系地址：专利持有人务必保证在马来西亚知识产权局留存的通讯地址准确有效。相关书面通知将直接送达专利权人本人，而非专利登记备案的代理机构。　　（编译自 www.mondaq.com）

印度尼西亚颁布 2026 年知识产权新收费标准，强化知识产权商业资产属性

印尼自 2026 年 8 月 1 日起施行第 30 号政府条例，全面调整知识产权相关政府服务收费，将直接影响权利人、被许可方、贷款机构及在印尼经营的企业。



印度尼西亚近期更新了知识产权相关政府服务的收费框架，此举将对知识产权权利人、被许可方、贷款机构、数字平台以及在印尼经营的企业产生影响。2026 年 7 月 2 日，印尼颁布了《2026 年第 30 号政府条例》（GR 30/2026），涉及法律部管辖的非税国家收入类型及费率。该条例自 2026 年 8 月 1 日起正式生效。

要点解读

GR 30/2026 取代了此前《2024 年第 45 号政府条例》中的相关知识产权服务费用，将收费项目重新划分为版权、工业品外观设计、专利、集成电路布图设计、商业秘密、商标、地理标志、知识产权执法及其他类别。从商业角度看，最值得关注的变化包括：歌曲和音乐作品的版权登记新设免收费类别；多项商标和地理标志服务费用上调；新增知识产权执法服务费；以及首次设立知识产权客体信托担保登记费。此外，这也是近 10 年来商标相关费用的首次重大调整。

GR 30/2026 的意义不仅在于费用更新，更体现了印度尼西亚日益将知识产权视为可融资的商业资产。该条例将知识产权客体信托担保登记纳入法律部的行政服务收费框架，为以商标、专利、版权、工业品外观设计等可登记知识产权作为担保的融资安排提供了更清晰的行政路径。虽然该条例并未创

设全新的担保交易制度，但对在印尼境内以知识产权为担保进行融资安排的贷款方、借款方和权利人而言，这一进展具有现实意义。

版权领域：歌曲及音乐作品登记免收费用

在版权方面，GR 30/2026 为歌曲和音乐类作品或相关权产品的登记设立了免收费类别，同时保留了对其他类型作品及相关权产品的收费。条例还新增了由创作者、版权持有人或相关权权利人申请删除版权登记的服务项目。音乐、娱乐及数字内容行业可评估这一新的免收费政策是否会影响其在印尼的登记策略。

商标领域：常用服务费用大幅上调

由于商标相关服务费用自 2016 年以来未曾调整，GR 30/2026 此次上调幅度约为 55%至 60%。商标权利人需为多项常用服务承担更高费用，包括一般申请、按期及逾期续展、异议、上诉、转让登记及商标许可备案等。条例继续保留了针对微型和小型企业的优惠费率。

马德里议定书：世界知识产权组织（WIPO）相关费用按规定执行，本地行政费用上涨

针对马德里议定书相关事务，GR 30/2026 规定国际商标注册费依照 WIPO 规则确定，并包含国际银行或支付交易成本，与此前实践保持一致。同时，若干本地行政费用也有所上调，例如国际注册转为国家注册的费用上涨约 40%；国家商标替换为国际商标的费用上涨约 180%；源自印度尼西亚的国际商标注册申请行政费用上涨 50%。

专利领域：核心费用基本维持，新增程序性收费

GR 30/2026 基本保留了 GR 45/2024 中专利和年费的核心结构，继续对微型企业、小型企业、教育机构及政府研发机构的专利和简易专利申请实行差别化费率。同时，条例新增或明确了实质审查、实质复审、复审结果上诉及优先权延期的费用。复审费用的明确尤其值得关注，因为该费用的出台意味着近期修订后的《专利法》中引入的复审条款此前因缺乏实施指引而未能生效，如今终于正式落地施行。

地理标志：单独列项，注册费用上调

GR 30/2026 将地理标志从商标类别中单独列出，并较 GR 45/2024 上调了地理标志注册费用。其他地理标志相关服务也单独列项，包括申请数据变更、异议、上诉、官方摘录、删除及使用备案等。

新增知识产权执法费用

GR 30/2026 依据《2025 年第 47 号部级条例》关于电子系统知识产权侵权举报处理的规定，新增了知识产权执法专项子类别，涵盖任何当事人提交的网站下架建议请求。该费用的设立旨在支持和加快网站下架请求及调解申请的处理进度。因此，对于拟通过行政途径对涉嫌侵权网站采取措施或希望通过调解解决争议的权利人而言，此项费用值得关注。

知识产权融资：知识产权客体信托担保登记

对于融资交易而言，最值得关注的当属知识产权客体信托担保登记费。尽管 GR 30/2026 仅为费用性条例而非完整的担保交易法规，但这一新增收费类别与银行、金融科技贷款方、借款方及投资者围绕知识产权资产或相关现金流构建信贷支持安排密切相关。参与知识产权融资的各方应持续对权利归属、登记状态、权属链条、既有负担、许可限制、剩余保护期、估值假设及执行机制等进行尽职调查。新收费类别的设立并未解决优先顺位、执行程序、估值方法或已许可知识产权的转让及担保合同限制等问题。

对企业的实务建议

在印度尼西亚持有知识产权组合的企业，应结合 2026 年 8 月 1 日的生效日期，梳理待办及计划中的申请、续展、备案及执法事项。权利人应及时更

新内部成本预算及向客户提供的商标、地理标志、马德里议定书相关、版权、专利及执法服务费用预估。GR 30/2026 虽未从实质上改变获得、维持、行使或使用知识产权的实体要件，但确实改变了这些活动所涉及的官方费用环境。从更宏观的视角来看，该条例似乎表明印度尼西亚正以更具商业导向的态度对待知识产权及其价值。

（编译自 www.mondaq.com）

印尼宪法法院恢复反“常青化”专利条款

印度尼西亚宪法法院恢复限制药品专利保护的反“常青化”条款，重申在专利权与公众药品可及性之间的平衡取向。



印度尼西亚宪法法院（Mahkamah Konstitusi）近日恢复了一项限制药品专利保护的关键条款，此举标志着印尼在平衡专利权与公众药品可及性方面再次作出明确承诺。在针对第 255/PUU-XXIII/2025 号案件的裁决中，法院部分批准了对 2024 年第 65 号法律（该法律对印尼《专利法》进行了修订）的司法审查请求，并下令恢复此前将某些药品发明排除在可专利范围之外的一项条款。该裁决于 2026 年 8 月 28 日在宪法法院全体会议上宣布后立即生效。

背景

本案的司法审查请求针对的是，2024 年第 65 号法律对 2016 年第 13 号《专利法》进行修订时，删除了其中第 4 条(f)款的行为。该条款原本规定，对于已知物质的新用途所衍生出的某些发明，不予授予专利权。请求人主张，删除该条款将为第二医药用途发明获得专利保护敞开大门，并助长“专利常青化”行为，这种做法可能延长专利独占期、延迟仿制药进入市场，并削弱公众获取可负担药品的能力。

本次请求人包括多家患者权益和公共利益组织：印度尼西亚透析患者社区协会、印度尼西亚药物滥用受害者协会（PKNI）、印度尼西亚肺动脉高压基金会（YHPI）、Rekat Peduli Indonesia 基金会、印度尼西亚阳性女性协会（IPPI），以及印度尼西亚全球正义协会和 4 位个人请求人。

请求人还对《专利法》第 70 条第(1)款中“利害关系方”这一表述的合宪性提出质疑，认为应对该表述作出明确解释，以厘清哪些主体有权就专利授权决定向专利上诉委员会提出上诉，并应允许更广泛的主体（如专利持有人、被许可人、消费者组织、检察机关、受损害的第三方以及其他可能因专利授权而遭受直接或间接损害的相关方）对可能落入第 4 条(f)款排除范围的专利提出异议。

法院裁决

宪法法院强调，必须在发明人权利与更广泛的公共利益（尤其是医疗卫生领域）之间维持适当平衡。法院承认专利保护对激励创新具有积极作用，但同时指出，删除第 4 条(f)款可能为“常青化”行为提供便利，从而削弱公共卫生保护。具体而言，法院认为以下类型的发明不应被授予专利权：

已知产品的新用途；以及

已知化合物的新形式，且未带来显著的功效提升。

法院认为，对此类主题授予专利保护可能破坏

私人专利权与公共利益之间的平衡。法院进一步指出，删除第 4 条(f)款，有损法律的确定性和对公众权益的保护，并可能妨碍《1945 年宪法》所规定的与科学技术、医疗卫生及法律确定性相关的宪法权利的实现。

然而，法院驳回了请求人对《专利法》第 70 条第(1)款中“利害关系方”这一表述的质疑，认为该条款已提供充分的法律确定性，并未妨碍请求人所主张的宪法权利。法院认为，该概念的内涵足够宽泛，可以在个案基础上加以适用，无需立法层面的进一步明确解释。

综上，法院部分批准了该请求，下令恢复第 4 条(f)款及其相应解释说明。因此，此前将相关发明排除在专利授权范围之外的规定重新生效。而对《专利法》第 70 条第(1)款中“利害关系方”的质疑则被驳回，该条款保持不变。

对印尼专利保护工作带来的影响

该裁决是印尼药品专利实务领域的一项重要进展。随着第 4 条(f)款的恢复，将产生以下影响：

仅针对已有或已知产品新用途的权利要求，包括第二医药用途权利要求，在印尼不能被授予专利。

已知化合物的新形式，若未能显示显著的功效提升，不能被授予专利权。

药品领域的专利申请人，在寻求基于已知物质的渐进式创新保护时，可能面临更为严格的限制。

该裁决表明，宪法法院致力于确保专利制度不仅服务于创新者的利益，同时兼顾更广泛的公共卫生目标。

药品领域的专利申请人应审慎评估涉及新治疗用途、给药方案、制剂或已知化合物改良形式的相关权利要求策略。随着第 4 条(f)款的恢复，此类主题在审查过程中可能面临更严格的审核。而那些涉及真正技术革新、并能体现显著技术或治疗进步的权利要求，则在恢复后的框架下更有可能通过审查。

对药品可及性的影响

该裁决预计将增强仿制药的可及性，并推动更可负担的医疗产品的供应。通过限制那些不具实质性治疗益处的渐进式修改来延长专利独占期的机会，宪法法院旨在促进市场竞争，同时保留对真正创新的激励。因此，该裁决可能对印尼的专利申办策略和医疗政策均产生重大影响。

（编译自 www.mondaq.com）

约旦工业产权局截至 8 月共颁发 83 项专利和近 4900 个商标

约旦工业产权保护局统计显示，年初至 8 月底共完成 83 件专利注册和 4875 件商标注册，并办理 3760 件存量商标续展。



据约旦官方通讯社佩特拉通讯社报道，约旦工业、贸易与供应部下属工业产权保护局，本年度年初至 8 月底期间共完成 83 件专利注册，其中包含 2 件本土专利申请。

该局发布的官方统计数据显示，在该 8 个月周期内，累计完成 4875 件商标注册，同时完成 3760 件存量商标的正式续展。

业务受理数据还包括：完成 364 件专利续展、登记 14 份商标许可协议、办理 966 笔工业产权权利

人名称及地址的行政变更，以及 695 笔权属转让备案。

依据约旦现行知识产权成文法规定，专利是发明人针对产品、制造工艺或二者结合所提出的创新性技术方案，核心作用是解决特定技术问题。

专利注册全流程覆盖申请初期的发明人业务指导、正式提交申请，最终以核发正式专利证书收尾。整套行政审查流程设置了严格的实质审查与形式审查环节，核验申请是否满足法定授权要件；同时面向第三方开展公开公示，包括在官方公报刊载相关信息、开放公众查阅官方登记簿等。

商标的法定定义为：经营主体正在使用或拟投入使用的任何可视性标识，作用是将自身的商品、产品或服务与同业竞争者的相关标识作出明确区分。

（编译自 www.agip-news.com）

沙特阿拉伯新《著作权法》：人工智能企业需知事项

沙特阿拉伯新《著作权法》对人工智能训练例外条款设置数据使用、记录留存与商业利用的详细条件，人工智能开发者需据此调整合规安排。



要点

·援引训练例外条款的人工智能开发者，必须遵守关于数据使用、留存记录以及商业利用的详细条件。

·该条例针对阿拉伯语翻译引入了强制许可制度，这可能增加合法翻译内容的可用性。

·关于若干条款在实践中的具体适用方式，包括涉及 AI 模型和生成的输出内容方面，仍存在重要疑问。

《著作权法实施条例》

沙特阿拉伯于 2026 年 7 月 31 日在官方公报《乌尔库拉》（Umm Al-Qura）发布《著作权法实施条例》。该条例依据第 M/169 号皇家令颁布，是对已于 2026 年 8 月 12 日生效的修订版《著作权法》的补充。值得注意的是，该条例为沙特王国境内在人工智能开发中使用受版权保护的作品制定了详细的框架。该条例自公布之日起生效。

人工智能研发例外条款

《著作权法》第 26 条第 4 款允许为开发人工智能产品和算法之目的，在未经作者许可且无需支付报酬的情况下使用受著作权保护的作品。该例外适用于作品已依法发表、原件已依法取得，且任何复制行为仅限于该目的所必需的范围。

《实施条例》第 30 条在此例外基础上，针对与人工智能算法和产品开发相关的受版权保护作品的复制和分析，规定了额外条件，包括：

·任何复制行为仅限人工智能研发所需，不得对原作品进行再发布、传播，也不得直接对原作品进行商业利用。

·不允许在纯商业场景下使用受著作权保护作品，除非满足以下任一情形：（a）该使用相对于原作而言属于非实质性使用；或者（b）该使用不会损害作品的正常利用。满足两项条件中任一即可。该限制的适用范围尚不明确，可能需要沙特知识产权

局（SAIP）进一步出台指引。一种解读是：该条款针对人工智能生成输出大量复刻受版权素材、并将复刻内容用于商业的情形。然而，若作更宽泛的解读，可能会阻止商业人工智能开发者利用人工智能训练例外条款，尽管这似乎与该法律的立法目的相悖。

·开发者必须留存所用作品的记录，包括作品类型、来源、使用目的、使用日期，并应主管机关要求时提交这些记录。但条例没有规定记录的详细程度：例如，是需要按单篇作品留存，还是按数据集、汇总方式留存。此外，条例未提及保存期限、格式要求、信息详略标准，有待 SAIP 进一步说明。

·该使用行为不得对作者的合法利益造成不当损害，也不能影响作者利用该作品、获取经济收益的机会。

·条例禁止在非必要情况下改编、再发布、向公众提供受版权保护的作品，或将其纳入最终产品，除非获得权利人许可，或作品已进入公有领域。该《条例》建议不应将受版权保护的材料纳入人工智能生成的输出结果中，但并未说明该限制如何适用于模型。举例而言：若训练数据在部署后的模型中不再以可识别形式留存，这种情况是否属于“纳入”，目前尚无定论，有待 SAIP 进一步解释。

本条规则有多方面内容需要 SAIP 出台指引，帮助人工智能产品开发者妥善处理第 30 条规定的例外情形，包括：“对合法利益造成不当损害”这一限制的适用范围、“纯商业使用”限制的边界、记录保存所需的精细程度、“纳入最终产品”的含义，以及必要性的判断标准。

强制许可与阿拉伯语大语言模型

此外，条例在第 31 条至第 43 条设立强制许可制度：根据该制度，如果权利人在规定时限内未将作品翻译成阿拉伯语，沙特国民或实体可申请许可进行翻译。翻译事项的法定期限通常为 3 年。申请人必须证明已作出合理努力获取合同许可、支付合理报酬，并且翻译作品的传播仅限沙特境内。

虽然该制度并非专门针对人工智能研发设立，但它能够增加合法阿拉伯语翻译内容的可用性。对于开发阿拉伯语能力模型的人工智能企业而言，这一点尤为重要。

人工智能生成作品的著作权归属

沙特此前的《知识产权法》草案曾为人工智能生成知识产权设置专门规则。值得注意的是，其中“与人工智能及新兴技术相关的知识产权”一章规定，如果自然人对其创作作出了实质性贡献，则利用人工智能技术创作的知识产权应受保护。相反，人类贡献微不足道的作品或由人工智能独立生成的作品将属于公有领域。

但新《著作权法》及其实施条例并未规定人工智能生成作品的著作权归属。因此，该问题仍需 SAIP 后续发布指引。值得注意的是，SAIP 关于人工智能相关专利申请的指南已明确指出，利用人工智能作为辅助工具、在人类贡献下创造的发明，可能有资格获得专利保护。

实务影响

第 30 条关于人工智能训练的例外规定与强制性阿拉伯语翻译许可框架相结合，可能会增强沙特作为人工智能开发司法管辖区的吸引力。但这套规则的适用范围与落地机制仍存在诸多疑问，需要 SAIP 进一步出台指引。我们将持续跟踪 SAIP 与沙特数据与人工智能管理局（SDAIA）的后续动态。与此同时，相关机构应当考量：

·是否可以在沙特境内搭建或扩建人工智能训练基础设施，从而适用第 30 条的例外条款。

·记录留存、目的限制要求如何与自身现有数据治理体系适配。

·第 30 条中“非实质性使用”以及“正常利用”两项标准的边界，随着该框架在实践中的应用，这些

标准很可能引发解释上的争议。

·将强制许可作为扩大对阿拉伯语内容合法访问权限的途径，以用于 LLM 的训练。

（编译自 www.jdsupra.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

东京地方法院 2026 年 9 月 30 日判决认定个人声音可依公开权受保护，为日本首例将保护延伸至名人姓名与肖像之外的裁判，虽最终以程序理由驳回诉请。



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）

摩洛哥知识产权申请量攀升，品牌扩张与创新活力凸显

摩洛哥工业和商业产权局最新数据显示，专利、商标申请量持续攀升，反映该国正从销售市场转变为国际品牌设立机构与长期布局的法域。



摩洛哥正加快巩固其作为商业拓展、品牌建设、投资和创新目的地的吸引力。摩洛哥工业和商业产权局（OMPIC）发布的最新工业产权数据显示，企业、创业者、高校及发明人正越来越多地在摩洛哥寻求对其无形资产的保护与商业化运营。

对国际品牌所有人而言，这一动向传递出重要信号：摩洛哥不仅是一个企业销售产品和服务的市场，更是企业在此设立机构、打造品牌、进行长期投资布局的法域。

商标申请持续活跃

2026 年上半年，OMPIC 共受理 16911 件商标申请，较 2025 年同期增长 5%。

化工行业（尤其是卫生产品和洗涤剂）、广告及商业管理服务是申请最活跃的领域。药品类申请占总量的 16%，教育、培训和娱乐服务以及食品类各占约 11%。

商标活动的持续活跃，反映出摩洛哥商业环境的生机与活力。这也表明，品牌权利人日益认识到，在推出产品、指定经销商、开设新网点或拓展业务之前，先行确权至关重要。

随着更多企业进入市场，尽早开展商标保护显得愈发重要。延迟申请可能使品牌方面临注册冲突、未经授权使用、假冒侵权及高额维权诉讼等风险。

创新与产品开发势头强劲

工业外观设计活动同样显著增长。2026 年上半年，共记录 3510 件工业外观设计，同比增长 9%。

包装类外观设计位居榜首，其次为建筑材料及办公与教育设备类产品。这一增长表明，企业不仅投资于品牌名称，也日益重视产品外观、包装及视觉形象，将其视为重要的竞争资产。

专利活动进一步印证了摩洛哥创新生态的持续发展。OMPIC 受理了 1557 件专利申请，较 2025 年上半年增长 7%。

药品技术位居专利申请首位，紧随其后的是生物技术和精细有机化学。摩洛哥高校提交的专利申请占国内专利申请总量的 47%，凸显了其在研究、

技术开发和知识型创新中的重要作用。

在增长型市场中保护知识产权

综上所述，这些数据勾勒出摩洛哥商业活动与创新并进的市场图景。计划进入、投资或拓展摩洛哥市场的企业，应将知识产权保护纳入其市场进入战略的核心环节，从起步阶段就予以系统规划。

（编译自 www.mondaq.com）

南非文化部长指责电影业在盗版问题上采取双重标准

南非体育、艺术与文化部长在法国卢米埃尔峰会上指责电影业在盗版问题上持双重标准，呼吁建立平等伙伴关系而非单方面接受外部指令。



在法国举办的一场全球电影峰会上，监管机构与版权方对网站屏蔽取得的成效颇为赞赏，但一位圆桌论坛嘉宾——南非体育、艺术与文化部部长盖顿．麦肯齐（Gayton McKenzie）却提出了反对意见。这位部长指责电影行业在盗版问题上采取双重标准，要求建立平等伙伴关系，而非单方面接受外部下达的指令。

9 月早些时候，法国总统埃马纽埃尔．马克龙（Emmanuel Macron）与韩国总统李在明（Lee Jae Myung）在法国南部主办了为期 1 天的卢米埃尔峰会（Lumière Summit），参会人员包括各国部长、影业高管和电影制作人。

本次峰会闭幕时签署了多份专题宣言，其中就包含一份关于开展反盗版国际合作的宣言。

美国电影协会（MPA）首席执行官查尔斯．里夫金（Charles Rivkin）原本计划在“与盗版赛跑”专题环节前发表主旨演讲，但因出席元首级会议而耽搁，最终由 MPA 欧洲、中东和非洲区总裁埃米莉．安东尼丝（Emilie Anthonis）代为完成简短发言，不过麦肯齐的发言已经重新定义了整场讨论的基调，使盗版相关议题被重新审视。

麦肯齐同法国视听和数字通信监管局（ARCOM）局长马丁．阿贾德里（Martin Ajdari）、世界知识产权组织（WIPO）副总干事西尔维．福尔宾（Sylvie Forbin）同台参与圆桌讨论，后二者此前介绍了各自的反盗版工作成果。

作为南非政府代表，麦肯齐表示他认同盗版是不良现象，但除此之外，他几乎对其余全部观点持有异议。

“我们需要界定什么是盗版，”他表示，“负责打击盗版的各方未能对盗版作出明确界定。”随后，他详细阐述了所谓的行业双重标准问题。

他举的第一个例子就来自本次峰会。麦肯齐称，当天上午，一名电影制作人告诉在场听众，他的电影在埃及遭到封禁，但民众依然可以通过盗版渠道观看该片。

这位导演称，他很高兴当地民众能够看到这部作品，“现场听众还为此鼓掌”，麦肯齐转述道。

他提出第二个案例：一部讲述同性恋冰球运动员的加拿大剧集，即《巅峰对决》。该剧在部分国家被封禁，但盗版版本却在这些国家传播，“整个电影行业同样对此持正面支持态度”。

这位部长还结合本国历史回忆，南非种族隔离时期，多部影片被禁止公开发行，盗版就成了民众唯一的观看途径。

麦肯齐提出，面对这类遭封禁、遭到审查管制的作品时，盗版被赋予另一层解读，电影从业者甚至对此表示赞许。可普通民众实施盗版行为，却要承担法律后果。他称电影行业这套做法“自相矛盾”，奉行“双重标准”。

“埃及民众靠盗版接触被禁作品”

麦肯齐提及的导演是瑞典—埃及裔导演塔里克．萨利赫（Tarik Saleh），代表作《尼罗河的希尔顿事件》《天堂来的男孩》，故事均以开罗为背景，但两部影片在埃及均被禁映。

在峰会开幕环节，萨利赫称，当初筹备拍摄处女作时，埃及主管机构要求他离境。

“我本来打算在埃及拍摄我的第一部电影，结果被要求离开。说得委婉一点，他们原话就是‘滚出这个国家’。”之后他选择赴摩洛哥完成影片拍摄。

萨利赫补充说，埃及民众依旧可以依靠盗版看到他的作品，而他本人完全不反对这种传播方式。

“这时盗版的角色就发生反转。埃及民众普遍通过盗版获取影视内容，而这反倒对我十分有利。”他笑着说道。

这番发言并未收获掌声。主持人随即插话，表示可以在下午盗版专题论坛上向监管方提出该问题。但现场无人就此发问，反倒是麦肯齐将这个矛盾点摆上台面。

“我们不是小孩子”

麦肯齐接下来的发言，回应了同台嘉宾的分享内容。阿贾德里此前介绍，过去 5 年，该局累计发出超过 2.2 万份网站屏蔽及内容下架禁令，仅 2026 年就下达 1 万份；自 2018 年以来，盗版受众规模已经缩减一半。

麦肯齐称这份成绩值得肯定，但同时强调，如果其他国家几乎不作为，单一国家取得的成效有限。他打比方说，就好比一艘船，只有一侧船体在漏水。

“我们同在一条船上，我们都反对盗版。”他表示：“漏水的一侧是我们这边，而你们却在夸耀你们一侧取得的成果。”

该部长还批评，发展中国家正不断承受外部压力，被要求必须遵守相关规则。福尔宾此前介绍了上世纪 90 年代加入世界贸易组织（WTO）附带的部分条件，这番话直接引发了麦肯齐的明确反驳。

“不要像对待小孩子一样，用惩罚性的态度要求我们被动服从规则，我们不是小孩子。”他这段话并未直接针对同台嘉宾。

南非对此类施压并不陌生。2020 年，美国版权团体以南非版权法案中合理使用条款范围过宽为由，要求美国政府重新审议给予南非的贸易优惠待遇。

“我们不是乞求施舍的人”

论坛接近尾声，麦肯齐着重强调，南非的立场和资金无关。南非并不缺少开展反盗版工作的经费，完全可以拿出和瑞典、英国同等规模的投入；南非最主要的诉求是得到应有的尊重。

“我们不缺乏资金，确实有部分发展中国家存在经费缺口，但南非不在其列。”麦肯齐说，“可我们不希望收到一笔来自外部的资金之后，就被别人指挥着完成一二三项指定动作，我们也希望自己的诉求能被各方认真倾听。”

“我们不是乞求施舍的人。”他补充道，“我们想要的是平等的伙伴关系。”

麦肯齐介绍，南非政府已经就足球赛事直播盗版问题同法国传媒集团卡纳尔+（Canal+）开展了初步沟通，现在南非每一场足球赛事直播前，都会播放反盗版提示。南非愿意帮助解决盗版问题，前提是被视作严肃的合作方。

本次卢米埃尔峰会最终签署了正式宣言，提出

要强化反盗版国际合作。

该文件属于自愿性质协议，不设置硬性约束承诺，截至目前，南非暂无代表签署这份宣言。

（编译自 www.torrentfreak.com）

南非商标 10 年未用，为何仍能起死回生？

Altron 诉 Tracker 案中，残存商誉挽救了一件近 10 年未使用的商标，凸显诉讼资格与司法裁量在不使用撤销程序中的关键作用。



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）

超越商标：美妆品牌在巴西的知识产权保护

巴西为全球第三大美容及个护市场，亚洲品牌已占据可观份额，但要在当地立足，除供货外还须系统保护支撑品牌的知识产权资产。



据巴西化妆品、盥洗用品与香精工业协会（ABIHPEC）的数据，巴西位列全球第三大美容及个护消费品市场。即便在巴西这样一个社会与经济多元化的国家，自我护理仍是民众优先考虑的事项。几乎 100%的巴西家庭都备有美容产品，其市场份额占全球总量的近 6%。

巴西消费者也乐于尝试新产品与新品牌。在此背景下，亚洲美妆品牌已在该国站稳重要脚跟。据《商业日报》（Diário do Comércio）发布的一篇报道，2025 年，韩系和日系美妆品牌占巴西化妆品销售额的 14%。然而，成功进入巴西市场，不只是向当地消费者供货这么简单，还需要保护支撑品牌的知识产权资产。

从商标着手

通常情况下，权利所有人会先对品牌进行当地保护。在进入市场前筹备商标保护尤为重要，原因在于巴西采用先申请制。因此，借助适当的商标检索来制定申请策略至关重要。

巴西的商标组合应当匹配企业在巴西的商业模式，而非简单复制其在亚洲的商标布局。这不仅需要评估主品牌标识，还需要评估产品名称、子品牌、产品系列以及其他在巴西可能具备商业价值的标识。

亚洲企业还需要留意拼写与音译问题。如果巴西消费者可能使用不同的拼写、音译名称或者读音来称呼某一品牌，那么该版本名称也应当纳入当地商标战略的考量范围。

保护视觉识别标识

但是，正如企业与知识产权专业人士所知，品牌名称并非全部。

包装视觉形象的保护也应纳入上市前战略。巴西法律针对产品外观和外观设计提供多种保护途径，可根据资产特点以及适用法律要求，选择商标保护、工业品外观设计和著作权保护。上述各类保护方式不一定可以相互替代，在满足相关要求的情况下，可叠加适用。

工业品外观设计保护对美妆行业尤其有意义，因为它保护产品外观的装饰性特征，包括包装、容器这类三维造型，以及二维装饰元素。事实上，巴西专利商标局（BPTO）在其《工业品外观设计手册》中明确将包装与容器列为示例：只要符合法定要求，这类产品的三维外观可获得工业品外观设计保护。

著作权同样不可忽视。在巴西，著作权保护不以登记为前提，不过登记可作为证据使用。这一点对于包装和宣传物料中使用的原创美术作品、插画、照片以及其他创意元素尤为重要。

还需要考虑商业外观（trade dress）概念。虽然巴西法律没有单独设立商业外观注册制度，但产品的整体外观呈现，在特定情形下，可以结合多项知识产权权利以及反不正当竞争规则获得保护。例如，《巴西工业产权法》就针对某些可能导致消费者混淆的仿冒行为及使用第三方标识的行为作出了规定。

因此，企业不应把包装保护视为单一法律问题，而应将其视为一系列可能相互补充的权利的组合。

广告、社交媒体与内容

除产品本身外，还需要考虑本地广告宣传活动。美妆营销活动包含大量创意与商业资产，包括照片、视频、美术作品、音乐、社交媒体内容、网红产出内容以及零售展示物料。

从知识产权角度，企业需要厘清本地宣传活动中每一项素材的权利归属，以及相关合同是否为计划使用方式授予充分权利。

当企业与本地摄影师、广告代理、设计师或网

红合作时，这一点尤为关键。企业委托制作并支付了内容制作费用，并不能免除其仔细考量相关协议所授予权利范围的必要性。

同样的情况也适用于网红创作的内容。将网红帖子复用至付费广告、品牌官网或其他商业材料前，品牌应当评估自身是否具备相应权利，同时确认合同条款是否覆盖计划使用的媒介、地域、期限以及使用目的。

根据《巴西著作权法》，财产权转让需要满足特定的法律要求，权利转让情形下必须签订书面协议。该法同时规定，在部分情形下，著作权交易和权利转让需要做限制性解释，这进一步说明，清晰界定所授予权利的范围与允许使用方式十分关键。

建立维权与监测策略

最后，保护工作不能止于权利登记。美妆品牌一旦进入巴西市场，就需要开展监测，排查存在冲突的商标申请、品牌或包装被擅自使用、假冒产品以及创意内容被未经许可利用等情形。

合适的维权方式取决于侵权行为类型。视具体情况，可采取的措施包括：向 BPTO 提起行政程序、申请停止侵害措施、协商谈判、提起民事诉讼；在符合条件的案件中，还可依据反不正当竞争法或刑法采取措施。涉及假冒产品的案件，相关措施还包括搜查扣押行动，以及与当地主管部门合作，在边境开展知识产权查验与执法。

对外国企业而言，尽早评估风险尤为重要。举例来说，针对冲突商标申请提出异议，往往比等待第三方获得注册并建立市场地位要高效得多。

线上侵权也适用同样原则。美妆品牌在各类数字平台越来越多地面临非授权卖家、假冒商品以及视觉标识仿冒问题。因此监测范围不能仅局限于巴西商标注册簿，还需要覆盖消费者实际接触品牌的各类渠道。

合适的战略

对于进军巴西市场的亚洲美妆企业，商标注册必不可少，但这仅仅是开端。

当下，美妆、社交媒体、网红与娱乐产业不断融合，保护品牌意味着保护品牌周边完整生态体系。其中可能包含商标、包装、工业品外观设计、受著作权保护的美术作品与内容、网红及名人相关权利，以及娱乐授权安排。

因此，企业应当在进入市场前就制定有效的巴西知识产权战略，并随品牌发展持续复盘调整。通过识别并保护构成美妆品牌形象的各类资产（同时搭建完善的监测与维权策略），企业不仅能更好保护自身商标，还能守护品牌在巴西市场更广泛的价值。

（编译自 ipwatchdog.com）

专利数据显示，将减肥药用于治疗癌症的趋势正在兴起

Pinsent Masons 研究显示，制药企业正为 GLP-1 类减肥药拓展癌症等新适应症并布局专利，在原始专利保护到期前延长商业化空间。

Pinsent Masons 律所的研究显示，制药公司正在为有助于减肥的药物探索新的治疗用途，包括用于治疗癌症以及多种其他疾病，并致力于维护其将相关研究成果商业化的权利。

GLP-1 类药物最初是作为 2 型糖尿病药物研发的，但其抑制食欲的副作用使其很快被更广泛地认可为减肥治疗手段。不过，该律所针对全球专利申请数据开展的研究显示，在部分 GLP-1 减重药物的原始专利保护即将到期之际，这类产品的预期用途正在得到进一步拓展。

该律所发现，截至 2026 年 3 月 31 日的一年内，全球提交的 GLP-1 药物相关专利申请数量增长 28%，从 726 件增至 936 件。

该律所专利法专家克里斯托弗．夏普（Christopher Sharp）表示：“GLP-1 药物具备治疗更多种类疾病的潜力，这推动制药企业改良现有药物配方。研发 GLP-1 药物的改良制剂，能够帮助制药企业获得更长期的专利保护，从而有助于延长药物的商业价值。”

他说：“对大多数制药企业而言，首要任务是在美国为 GLP-1 药物争取额外专利保护。美国是全球最大的医药市场，蕴藏着最大的商业前景。不过，欧洲以及亚太地区的 GLP-1 市场正在快速扩张。”

夏普补充道：“研发 GLP-1 这类新药需要数十亿美元投入和多年试验。制药企业自然希望在所有市场上最大限度地提高并延长这些努力的价值。制药公司可以开发并为具有替代用途或剂型的后续药物申请专利，以帮助抵消低成本仿制药进入市场时造成的收入损失。”

该律所的数据显示，截至 2026 年 3 月 31 日的这一年间，共提交了 399 件用于治疗 2 型糖尿病的 GLP-1 专利申请，其中 194 件与肝病相关，170 件与高血压相关，150 件与中风相关，124 件与肾病相关，77 件与睡眠呼吸暂停相关。GLP-1 专利申请瞄准的其他病症还包括癌症（121 件专利申请）、帕金森病（97 件）、成瘾症（47 件）以及多囊卵巢综合征（33 件）。

该研究还发现，制药公司正通过开发创新的制造和给药方法以及 GLP-1 药物的全新剂型，试图延长其专利的有效期。过去一年，共有 49 件 GLP-1 口服制剂相关专利申请。目前 GLP-1 药物通常需要患者自行注射给药。

该律所广告合规专家艾米丽．斯维森班克（Emily Swithenbank）表示，过去 12 个月，GLP-1 减重药物及其周边产品的营销，一直是英国广告标准局（ASA）高度关注的热点。该机构已处理大量投诉，并持续监测该领域广告合规情况。2026 年 6 月口服片剂 GLP-1 获批之后，相关关注度进一步上升。

斯维森班克称：“公众可能认为 GLP-1 药物可以轻松获取，因此能够直接面向大众开展营销。但 GLP-1 产品属于必须由医护人员开具处方的药品。由于归到处方药范畴，这类产品不得面向普通消费者投放广告。”

“同理，宣称此类产品能够治疗或针对特定病症，也就是所谓的‘健康声明’，仅可用于已经获批的受监管产品。因此，对于尚未取得上市许可的适应症，不能宣称 GLP-1 药物可以治疗该类病症。ASA 收到的投诉案例中，存在一些产品宣称具备与 GLP-1 产品类似益处，或是能够达到同类产品同等效果。这类营销行为将会被认定违反广告法规。ASA 已经作出多项裁定，确认此类宣传表述不被允许。”

（编译自 www.pinsentmasons.com）

禁酒令、好莱坞和凯撒沙拉：一段始于墨西哥的商标故事

文章追溯凯撒沙拉自 1924 年创制以来的商标沿革，揭示这道“风靡全美的传奇沙拉”名声背后并不清晰的起源与权利归属。



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）