

编委会成员



汪宏杰律师 主编



郭宝年 律师



薄文君 律师



黄庆锋 律师



吴茂树 律师



黄茵 律师



李润冰 实习律师



黄小敏 实习律师



黄旭凯 实习律师



王玫珏 助理



郑巧娜 助理

联系方式

Tel: 8620-85601288

Email: amy.huang@grlawyer.cn

Address: 广州市天河北路 626 号保利中宇广场 A2101 广东高睿律师事务所

Introduction of Legal Service In Intellectual Property



GAORUI LAW FIRM

2014 – 2015

Table of Contents

Part I

Introduction of GAORUI

Part II

Intellectual Property Service

1. Copyright
2. Trademark
3. Patent right
4. Protection of business secrets

Part III

Legal Services Work Process

1. Formalities of authorized entrust
2. Market survey and monitoring
3. Plan and scheme of rights protection
4. Specific implementation of protection scheme
5. Regular reports of the protection work
6. Market tracking report

GAORUI LAW FIRM

I. Introduction of GAORUI

GUANGDONG GAORUI is a full service law firm authorized by the Chinese judicial administrative department. Serving for domestic and international clients with a group of talented certified professionals, we provide legal services in all fields within PR China, specializing in financial investment advisory, corporate legal consultation, labor law, real estate, intellectual property protection, and major litigations. Our success is recognized by both central government and state government media, including CCTV, People's Daily, Legal Daily, and the related cases are selected to be references of Supreme People's Court.

GAORUI is managed by 5 equity partners and nearly 40 experienced certified attorneys. Our professionals have deep understanding of Northern American and European Culture, experience of diverse business natures, and strong connection to Chinese Government. Our services are provided through multiply languages to international clients. Also, our advisory department has a team of experienced consultants who assumed key positions in government agencies, justice organizations and arbitration institutions. They provide our clients with significant network support and consulting services.



II. Intellectual Property Service

1. Copyright

(1) Copyright rights protection of cartoon image and its derivative

- A. to investigate, monitor and to provide legal analysis of the infringement action;
- B. to crack down the pirated cartoon derivatives;
- C. to crack down the pirated audio, video products, movies, and books;
- D. to crack down the pirated animation video, and games in the field of Internet;
- E. to crack down advertising behavior of using the pirated cartoon image.

(2) Copyright rights protection of the trade of Internet

With the rapid development of China's Internet industry and the lack of regulation, Internet has become the hotbed of pirated products sales. More and more pirated producers directly sell the infringing goods on the Internet and even make it as an important showcase of the pirated products for exportation. For the torts of Internet, we tend to provide rights protection services as below;

- A. to monitor, complain and send the lawyer letter;
- B. to make notarization of infringement evidence and to start a suit;
- C. to report, complain to the administrative department and to track infringement manufacturers for their criminal responsibility.

(3) Copyright rights protection of film and television works

Before or after the film and television works are released to the public, we tend to provide rights protection services for the torts made by video download site operators, video download software operators, search engines, Internet TV and mobile Internet platform;

- A. to warn the infringement before the film and television is online;
- B. to survey and monitor the network infringement;
- C. to prevent, block and keep the evidence of network infringement;
- D. to start a sue for the network infringement.

(4) Copyright rights protection of the new media

For the infringement made by digital television, network video, Internet TV (IPTV), mobile TV, mobile phone application (App), online games and mobile games, we tend to provide rights protection services as below;

- A. to monitor the infringement and make market research;
- B. to warn by letter, telephone, E-mail and meeting;
- C. to start a sue of civil litigation, administrative litigation or criminal litigation.

(5) In order to prevent the exportation of the infringement products, we can ask to administrative departments to make a record of them.

(6) Agent services of the litigation case

- A. to apply for the ban of the copyright infringement ban and keep the evidence before the litigation action;
- B. to be the agent of the cases about infringement disputes, the ownership disputes and the license transaction disputes;
- C. to be the agent of criminal litigation of copyright infringement and selling infringement replica.

2. Trademark

(1) Trademark rights protection

- A. to investigate, monitor and to provide legal analysis of the infringement action;
- B. to crack down the infringement action of electric business platform such as Alibaba and offline stores;
- C. to make the notarization, keep the infringement evidence and to start a sue;
- D. to report, complain to the administrative department and to track infringement manufacturers

(2) Trademark protection of anti-dilution

In order to prevent the phenomenon of that trademark is used in the same or similar products, which is led to the weakening and uglification of the trademark, we tend to provide rights protection services as below;

- A. to filed the application and litigation about trademark objection, cancellation and nullity;
- B. to filed the litigation for the unfair competition behaviors such as malicious registration of trademarks;

(3) Administrative protection of trademark

- A. to ask the customs to make record for the infringement of the trademark and apply for the detaining of the infringing goods;
- B. to complain and make administrative applications to the relevant departments.

(4) Lawsuit agent services of trademark

- A. to apply for ban of the infringement and for property preservation, and to keep evidence before litigation;
- B. to be the agent of the cases about infringement disputes, the ownership disputes and the license transaction disputes;
- C. to start a sue for the recessive trademark infringement, links, infringement, trademark infringement in e-commerce, malicious registration and use;
- D. to be the agent of criminal litigation of trademark infringement.

3. Patent right

(1) Patent rights protection

- A. to investigate, monitor and to provide legal analysis of the infringement action;
- B. to crack down the patent infringement on the Internet;
- C. to make the notarization and to start a sue;
- D. to report, complain to the administrative department and to track infringement manufacturers for their criminal responsibility.

(2) Administrative protections of patent rights

- A. to ask the customs to make record for the infringement of the patent and apply for the detaining of the infringing goods;
- B. to complain and make administrative applications to the relevant departments and to be the agent of the administrative cases;

(3) We can be the agent of the civil cases and criminal cases.

4. Protection of business secrets

- A. to help customers to establish the protection system of business secrets;
- B. to carry out the legal training of business secret protection;
- C. to guide the enterprises to avoid the commercial secret infringement;
- D. to be the agent of civil tort, administrative complaints and criminal cases.

III. Legal Services Work Process

According to our practical experience, we suggest that the service process is roughly as follows:

1. Formalities of entrust

According to the customer requirement of the service type of intellectual property rights, the customer shall sign the corresponding agency contracts, legal documents and entrust authorizations.

2. Market survey and monitoring

- A. to assign market research team to screen of tort area, market, to look for the infringing product distributors, manufacturers, to discover the source of piracy;
- B. to assign network monitoring team for tort monitoring, collecting tort information and clues;
- C. to keep evidence and make notarization.

3. Plan and scheme of rights protection

According to the information collected by investigators, infringing producers and the severity of infringement, we shall make rights protection plan, scheme, and determine the specific implementation and personnel arrangement.

4. Specific implementation of protection scheme

According to the established plan and actual situation, we tend to take the following measures for safeguarding rights:

(1) Administrative measures

We complain and report to the industrial and commercial administrative departments and the administrative department for industry and commerce respectively punish infringing producers.

(2) Civil litigation

A. to warn the infringing producers and sellers from online or offline before litigation, to complain and ask for compensation;

B. to start a sue..

(3) Criminal means

For the large number and serious infringements which contributes great lost, we can report to the police.

5. Regular reports of the protection work

We will regularly send the reports about the operation of the whole project and the specific implementation of each case according to situation of the intellectual property rights protection, in order to ensure that customers can fully and timely understand all aspects. At the same time, for the special problems and its reasons, we will provide the corresponding legal advice and targeted rationalization measures.

6. Market tracking report

We have built a long-term intelligence network and specific database to track and monitor regularly the regions where the infringements occurred frequently, to communicate with the local markets and law enforcement departments regularly, and the specialists would regularly offer the analysis and advices to the clients regarding infringements.

Contact:

Amy Huang , Apprentice lawyer

Email: amy.huang@grlawyer.cn Tel: 020-85601288-302

GUANGDONG GAORUI LAW FIRM

目录

CONTENTS

- 跨国公司知识产权战略概述
- 企业如何建立知识产权战略保护机制？
- 跨国公司知识产权保护的战略重点
- 跨国公司知识产权打假的常见问题和应对策略
- 跨国公司知识产权维权诉讼策略
- 经典案例
- 最高院及四大城市知识产权典型案例汇总



知识产权战略是指公司从长远战略目标出发，充分有效地利用企业专利技术、商标、版权、商业情报信息等智力成果，以求在技术创新和市场竞争中维持、强化其优势地位而采取的对策谋略。对公司来说，知识产权战略是一个公司经营发展战略中非常重要的组成部分，借助知识产权战略与其投资经营紧密运用，可有力的对抗和排挤竞争对手，以较小的投入获得最大的市场占有份额，同时也能增强自己的市场竞争力，快速积累起在东道国的优势。按照知识产权的类型划分，跨国公司的知识产权战略一般包括了专利战略、商标战略、版权战略及商业秘密战略。

专利战略

专利战略是企业面对激烈变化、严峻挑战的环境，主动地利用专利制度提供的法律保护及其种种方便条件有效地保护自己，并充分利用专利情报信息，研究分析竞争对手状况，推进专利技术开发、控制独占市场；为取得专利竞争优势，为求得长期生存和不断发展而进行总体性谋划。律师建议，跨国公司的专利战略应侧重如下方面。

（一）注重专利质量和数量

获得专利的目的主要是为了取得经济效益，这里的专利质量指的是经济价值或市场前景，没有实现商业化就不能称之为高质量的专利。跨国公司往往在科技创新上投入巨大的人力、物力形成新技术，由于跨国公司规模大、投入多，所生产和掌握的专利质量和数量是其他企业难以比拟的。跨国公司，如 IBM、杜邦、日立等，目前拥有有效专利数万件，进而获得较高的市场占有率，带来了巨大的收益。

（二）提升专利商业化程度

一方面，跨国公司将专利技术投入大规模生产，获得高额利润和垄断市场；另一方面，在控制核心技术的同时，将部分专利通过出卖、许可、合资、战略联盟等多种途径，获取更多利润。通过技术创新，然后迅速产业化，将发明创造转化为商品，可实现抢占市场，获得利益；待市场成熟后，又将这些技术转让、

Strategy 跨国公司 知识产权战略 概述

许可给其他企业，再次获得利益，同时又进行新一轮的技术创新抢占新的技术制高点，进而占领新的市场。如此循环往复，跨国公司便可达到竞争中的步步领先。

（三）构建专利池，善用专利诉讼，保持垄断优势

随着行业竞争的不断加剧，不断扩大大专利池，并进行频繁的专利诉讼，延缓甚至阻止对手进入自己的战略市场，已逐渐成为新的市场竞争游戏规则。例如，自 2010 年开始，全球通信产业在短短 1 年多时间中已爆发数百起诉讼，各跨国巨头已经形成让人眼花缭乱的诉讼链条，各公司互为原告与被告，甚至同时既是原告也是被告。而这些诉讼的出发点，已经不再是对自身知识产权的保护，而是在关键时间、关键地区以针对性的诉讼，遏止竞争对手的市场布局，或是以同样的手段反制对手。若跨国公司无法建立稳固的专利基础，在全球市场上只能频繁应诉直至被赶出市场。

商标战略

商标与公司联系起来后，作为公司开拓产品市场的先锋，其含义已而远超出作为产品或服务的识别标记本身，而成为产品或服务的质量、信誉、知名度的载体，凝聚了公司投入的大量智慧、心血和投资，构成公司的一笔价值客观的无形财富。而商标战略就是指公司为获取与保持市场竞争优势，运用商标制度提供的保护手段，达到树立企业形象、促成产品或服务占领市场的总体规划。律师建议跨国公司从以下方面实施商标战略。

（一）以产品质量维护提高商标声誉

商标战略的成功实施离不开产品质量，产品质量是维护商标声誉的基石。跨国公司可通过不断地投入研发，创造更多的新产品和高质量服务，将商标用于新产品上，引导消费者对其产品和服务的高度认同，进而形成对商标的认同和忠诚度。

（二）赋予商标丰富的文化内涵

一方面，跨国公司重视商标的本土化，以获取当地消费者最大的认同。为了能将其商标在各个国家都形成统一的认识和丰富的内涵，跨国公司往往投入巨资，结合当地文化，以最佳方式翻译商标，使其与产品或服务有较为直接的联系并且为商标构想美好的文化内涵。另一方面，重视商标文化与其母国文化的紧密结合，借助母国文化，利用当地消费者的猎奇心理，进而促进商品的销售。例如，耐克公司聘请篮球天才乔丹作为广告明星，赞助体育赛事等，逐渐形成“耐克”等于运动、等于 NBA、等于体育天才甚至等于一种人人向往的生活方式的时尚潮流，最后培养了大批忠诚用户。

（三）“强强联手”提升商标价值

除了重视商标的注册保护外，跨国公司儿科利用并购或联合的方式获取和保持竞争优势。例如时代—华纳和克莱斯勒—梅塞德斯的联合、通过上述方法，跨国公司可以迅速将两家企业的信誉、产品、历史积淀和创新优势合并，获取消费者的信任，同时还可以吞并或弃用竞争对手的商标，一举多得。

版权战略

传统意义上版权对于经济企业的重要性是次要的。然而随着计算机软件行业的兴旺发达，受版权保护的客体越来越丰富。同时发达国

家文化产业的兴盛，使得版权战略逐渐成为跨国公司企业不可或缺的重要经营战略。针对版权的创作、流转、交易等环节，律师对跨国公司的版权战略有如下建议。

（一）在版权的创作环节，充分利用资金和技术在文化产业形成版权优势

随着现代科学技术的发展和财富的聚集，文化不再是简单的“思想者的工作”。跨国公司应利用其雄厚的资金资源，加大对版权创作的投入，通过专业的创作队伍对作品进行创作或改编。

例如美国的迪斯尼公司、时代华纳公司投入大量的资金，充分利用高科技手段，达到“视听极限”，制造了有着极强冲击力的影片、音乐等作品，在全球范围创造了多次的票房收入记录。

（二）在版权的流转环节，注重与专利技术充分结合，以战略同盟或战略集合体的方式获利

随着技术的发展，特别是计算机技术的广泛应用，版权的载体已经从书、文字、电影、音乐等形式，扩展到各种数字形式的存储格式，实现了版权的丰富形式。掌握技术产品的制造商和文化跨国公司可以通过形成战略联盟，互相依赖、相得益彰。

（三）在版权的收益环节，综合运用各种手段保护版权

以软件为例，首先是利用各种加密技术例如序列号对软件进行加密，降低被复制的风险；其次，提供优秀的售后服务，将“卖软件”转为“卖服务”，弱化软件本身价值，强调了与之相配套的服务功能，强化消费者的忠诚度；最后，也是最重要的是，加强市场监督，

委托专业知识产权服务机构，聘请专业知识产权律师进行打假维权，通过多种合法途径打击各种盗版侵权行为。

商业秘密战略

在经济高速发展的竞争社会，丧失或泄露企业商业秘密意味着对企业的毁灭性颠覆。因此，跨国公司应注重建立自己的商业秘密保护机制，将商业秘密保护提升到企业发展战略的高度予以重视和把握。

（一）将商业秘密与专利密切结合

专利申请意味着要公开技术方案、在一定的期限后失去保护。因而有的跨国公司不会把所有的技术进行专利申请，而是将其作为商业秘密进行保护。例如可口可乐不为原液配方申请专利，而作为商业秘密加以保护，正是可口可乐公司能够独霸市场的奥秘所在。跨国公司可根据自身的需求并在专业律师的指导下制定合适的商业秘密保护与专利申请策略。

（二）注重专利情报分析

专利情报研究是指对来自专利说明书、专利公报中大量的、个别的、零碎的专利信息进行加工及组合，并利用统计方法和技术使这些信息成为具有总揽全局及预测功能的一种分析研究方法。跨国公司可委托专业律师开展专利情报分析工作，通过专利情报分析，不仅可以了解企业的技术开发水平和实力，而且可以用于竞争情报研究，使专利信息转换为有价值的情报。

（三）建立有效防护机制

常见的商业秘密泄密途径包括：离职或在职工员工泄密、商业间谍、

接待外来人员参观访问中疏忽大意、技术著述的公开发表和演讲泄密、广告及商贸展览泄密等。对于商业秘密，律师建议跨国公司综合运用法律手段、经济手段，从组织制度、商业秘密及其载体管理、涉密人员管理和辅助措施等四个方面采取系统的保护措施。

1. 建立健全商业秘密保护的专门组织和相关制度

合理完善的保密制度包括了商业秘密的范围、商业秘密的管理者及责任、商业秘密档案管理、商业秘密的申报与审查、商业秘密的保密义务、相应处罚等。健全商业秘密保护制度可使员工对企业的义务明晰化，使员工有相应行为准则，有利于实际遵照执行及在诉讼中举证。

2. 对商业秘密及其载体的管理

首先，确定商业秘密的范围。根据商业秘密的四个法律特征对本企业内部构成商业秘密的种类、分布罗列出来，才能提高警惕并确定应采取的各种措施。其次，确定商业秘密的密级进行商业秘密的分级管理，确保企业核心秘密的安全。最后，加强涉密文件的管理，包括公文、书刊、函件、图纸、报表、磁盘、胶片、幻灯片、照片、录音带等。对这些商业秘密的载体必须进行严格的管理，限制其传阅和复制。

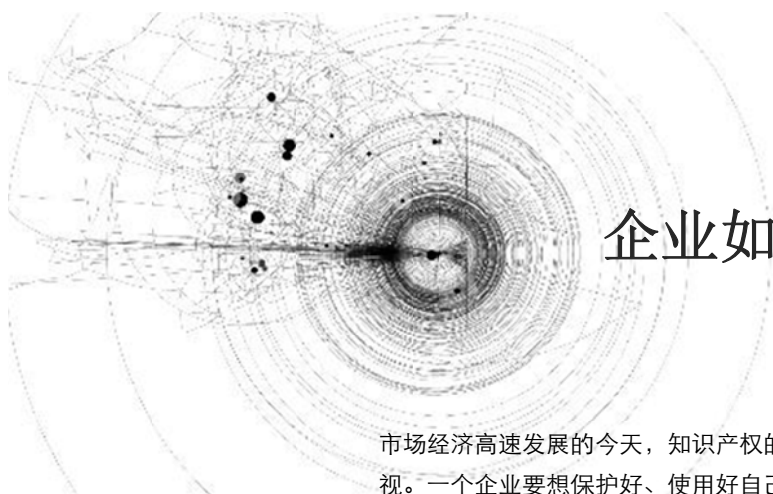
3. 对涉密人员的管理

与员工签订保密协议与高管人员签订竞业禁止协议不仅是保护商业秘密的最好方法之一，也往往是执法机关判断保密措施是否合理的一项重要因素。

4. 其他辅助措施

例如企业安保。要划定保密区域，在保密区域内加强保卫措施，确定诸如门卫、上锁、限定员工进入区域、密码钥匙或密码通行证，并经常变换密码等措施和管理办法，这将有助于防止商业秘密失窃。又如，控制参观、实习。一切参观应避免敏感区域，勿做详细解释，勿对生产工艺进行演示；必要时要求来访者参观商业秘密设备时签订保密协议。

知识产权保护战略制定与实施是一项高度专业化的工作。跨国公司可通过聘请专业的法律服务机构，在知识产权律师的帮助下，因地制宜、量身定制知识产权战略，保护自身的核心竞争力。



Protection

企业如何建立知识产权 战略保护机制?

市场经济高速发展的今天，知识产权的价值正在不断得到社会的广泛认可和重视。一个企业要想保护好、使用好自己的知识产权，必须要建立一整套完善的知识产权战略机制。本文将由专业知识产权律师为企业讲解如何建立知识产权保护机制，保护自己的知识产权。

✚ 建立知识产权管理机构，配备专业人员

知识产权管理机构，承担企业知识产权战略的执行工作，是有效实施企业知识产权管理的前提。企业应根据自己的经营状况和经济实力的需要设立相应的知识产权管理专门机构。其职责包括：制定企业知识产权规章制度、组织实施知识产权培训；研究制定知识产权战略；处理企业内外知识产权业务，特别是追踪对本企业技术及产品领域上国内外重要知识产权法律发展动态，向企业提供分析报告和法律警示信息，及时对企业的知识产权实施保护措施，预防本企业侵害他人知识产权等。

专业人员的配备是企业知识产权战略实施的基础保障，主要包括三类人员：

第一，技术研发人员，负责在本职工作中创造知识产权。

第二，知识产权管理专职人员，负责执行企业知识产权战略的具体工作。

第三，知识产权专业律师，担任常年或专项知识产权法律顾问，解答企业知识产权法律咨询，为企业提供知识产权保护的有效方案。

✚ 建立知识产权管理和保护规章制度

与知识产权管理机构相配套的是相应的知识产权管理保护制度，对企业知识产权的确权、保护、利用和监管等工作进行规范化管理。例如知识产权确权规章制度，是指对企业的新技术、新产品和新工艺开发而产生的技术成果进行相应的专利申请制度和技术秘密保护制度，对企业商标在国内外的注册申请保护制度，对企业著作权（如计算机软件）及时登记的制度。又如企业知识产权监督制度，是指企业对自身知识产权进行全程跟踪、监控的机制，以保障企业的知识产权运营依法合规进行，并及时发现侵害本企业知识产权的行为予以打击，确保企业的知识产权不受侵害。

建立知识产权创新激励机制

知识产权创造成果的大量涌现既是实施知识产权战略的目的，也是实施知识产权战略的基本条件。而企业知识产权激励机制有助于保持企业核心技术和管理人员的稳定，激发其创新的动力，保障企业持续产出知识产权创新成果。知识产权激励机制主要包括知识产权要是参与分配的技术创新激励机制、体现科技创新价值的考核体系。而常见的激励措施包括：一次性奖励、多次性奖励、提成式奖励、期权股权式奖励、命名式奖励等。总之，企业可根据自身情况制定出与知识产权有关的奖励及考核制度，以激励企业的员工积极的创造和创作。

实施知识产权布局、情报工作

所谓知识产权布局工作，就是根据企业的商业战略，在特定的国家和区域，预先申请及注册知识产权。国外企业在进入一个市场之前，都会提前 5 到 10 年进行知识产权的布局，一旦进入这个市场，由于预先的知识产权布局，就会很快形成竞争上的优势地位。

所谓知识产权情报工作，是指不断地了解和掌握竞争对手的知识产权申请状况，通过对知识产权的分析，来获得竞争对手的信息，从而判断其商务计划和市场计划；同时为本企业的知识产权及商业规划等方面提出“预警”信息，做出有针对性的调整。

知识产权专业律师可协助企业开展以下知识产权布局、情报工作：

- (1) 建立个性化的专利数据库并时常更新；
- (2) 建立商标管理信息库并时常更新；
- (3) 跟踪竞争对手的专利申请状况，并分析其技术发展计划和商业计划；

(4) 实施市场监控，及时发现锁定市场上的侵权行为；

(5) 实施知识产权申请注册监控，预防知识产权抢注行为。

加强知识产权法律培训

企业知识产权法律培训的主要目标是提高企业领导和员工的知识产权意识，在企业形成尊重和保护知识产权的观念和文化氛围，提高员工利用知识产权的水平，提高企业运用知识产权开拓和占领市场的能力。

企业应当根据企业的状况，针对不同的培训对象，聘请知识产权律师制定恰当的培训计划。例如，针对企业领导，提供知识产权占领运作策略和自身所在领域的知识产权发展现状和趋势培训；针对技术研发人员，提供专利检索、专利申请的法律知识培训；针对市场营销人员，提供知识产权维权知识培训，使其在市场营销中自觉地保护本企业的知识产权，同时有效避免侵犯他人知识产权的行为发生。

知识产权作为企业重要的经营与竞争资源，必须通过有效的战略机制予以开发保护。知识产权专业律师的能够运用其法律知识及丰富的从业经验，在建立知识产权管理机构、配备专业人员、建立完善的管理和保障规章制度、建立创新激励机制、实施知识产权布局与情报工作、加强知识产权法律培训等方面，助企业一臂之力，协助企业获得并保持知识产权优势地位。

Focus

跨国公司知识产权保护的战略重点



在知识产权保护领域，跨国公司有许多值得我们借鉴的地方。本文由专业知识产权律师通过梳理知名跨国公司的知识产权保护的做法和经验，为您讲解跨国公司知识产权保护的战略重点。

前瞻化

前瞻化是跨国公司知识产权保护外部战略的首要特点。跨国公司往往在科技创新上投入巨大的人力、物力形成新技术，其所生产和掌握的专利数量的绝对值是企业难以比拟的。而从目前的专利申请看，跨国公司前几年在华申请的专利恰恰是几年后在中国国内重点发展的项目，它们注重的是 15-20 年，甚至更长远的技术开发。

前瞻化战略令跨国公司的技术储备具有长远的市场竞争力，大量的专利数量也为跨国公司带来巨大的收益。凭借技术上的垄断，跨国公司轻易获得较高的市场占有率。例如 SHARP 公司在液晶显示器方面拥有的专利名列世界第一，同时该公司占据了该产品 20% 的市场占有率。

标准化

“三流企业卖力气，二流企业卖产品，一流企业卖技术，超一流企业卖标准”。跨国公司都力求将专利转变为标准，以获取最大经济利益，标准化成了专利技术追求的最高体现形式。

实力相当的跨国企业相互合作，进行专利的交叉许可，形成企业联盟，对外发布联合许可声明，最终构成对整个行业的技术控制，再通过各种手段推动其成为行业标准，最终保护其垄断地位。例如，2001 年初，日立、松下、三菱电机、时代华纳、东芝、JVC 六大 DVD 技术开发商联合向我国国内的 DVD 整机生产厂家征收产品净售价的 4% 或每台 4 美元的技术专利使用费，利用专利技术标准这个“杀手铜”把我国的 DVD 产品赶出国际市场，使我国许多企业“在劫难逃”。



以专利为核心

跨国公司的知识产权保护战略以专利战略为核心，而且高度重视发明专利。

专利是企业占领和保护市场的重要武器，拥有专利，尤其是发明专利的数量，是企业乃至整个国家核心竞争力的重要体现。因此，跨国公司的知识产权战略多以专利战略为核心，并给予发明专利以高度重视。

以制度为基石

实行知识产权管理制度化和体系化，已是跨国公司、特别是大型跨国公司管理模式不可缺少的部分。跨国公司往往对员工的知识产权保护、知识产权管理模式、母公司和子公司知识产权关系、知识产权的权利归属等方面都形成了明确的认识，并建立了相应的制度，并通过知识产权管理部门予以执行。面对中国这个巨大的市场，在华跨国公司纷纷成立了知识产权管理部门，对其在华知识产权活动进行科学化管理及有效保护。如摩托罗拉在京成立了大中华知识产权部，主管其在中国内地、台湾和香港的专利事务。

以商业化为目的

知识产权是公司的重要资产，通过技术转移可不断为公司赚取利润。在商业化方面，一方面，跨国公司将专利技术投入大规模生产，获得高额利润和垄断市场；另一方面，在控制核心技术的同时，将部分专利通过出卖、许可、合资、战略联盟、等多种途径，获取更多利润。基于各国科技发展和资金状况不同，跨国公司能够多次向多国转移同一技术，进而获利并能延长专利技术的寿命，获得高额技术使用费。

不容忽视的是，每个公司的知识产权情况及所在行业特点都不尽相同。如何吸收、借鉴跨国公司上述知识产权保护战略重点，需要公司对知识产权法律保护有充分的了解并全面衡量自身的情况。鉴于知识产权领域的专业性，公司可与知识产权律师进行紧密合作，量身打造专属的知识产权保护战略，为自己的知识产权保驾护航。

Problem & Strategy

律师分析跨国公司知识产权打假 常见问题和应对策略

侵权类型

我们将跨国公司知识产权被侵权形式划分为三大类型，包括制售假货、商标淡化和不正当竞争。

（一）制售假货

通常制售假货的行为包括商标侵权（包括假冒注册商标）、专利侵权、不正当竞争和制售伪劣产品中的一种或几种，其行为贯穿生产、销售、进出口等各个环节，具有多样性和复杂性。其中比较有特点的制售假货行为有如下几种：

1、影子公司（shadow company）

所谓影子公司，是指侵权人将与他人非常近似的商标或商号名称注册公司后，不当地冒充有关商标或商号持有人的代表，在注册地以外的地方生产销售假冒产品。由于在香港公司注册采取的是备案制，注册程序简单、费用低廉且靠近大陆，实践中以注册在香港的影子公司最为常见。

在香港，影子公司常见的特点包括：1）合法注册；2）股东或董事通常为一人，来自大陆；3）通常没有实际的营业地址，只有一个秘书服务公司地址；4）在香港没有资产；5）公司名称与他人的商标或商号相同或类似。

在注册影子公司的同时，侵权人在大陆地区还拥有经营实体与之相配合。常见的行为包括：



(1) 商标许可，以影子公司的名义，授权大陆经营实体生产假货；

(2) 授权贴牌加工（Endorse OEM manufacturing），将国内经营实体作为供应商来制假，该情况下侵权人也可能注册多家影子公司涉及多个权利人的商标或商号，侵权人会宣称自己同时为若干家公司的供应商；

(3) 给人以跨国集团的错觉（Create false impression of association），譬如影子公司的名称为某某国际集团有限公司，同时宣称国内经营实体为影子公司投资或者合资，打着跨国集团的旗号；

(4) 授权特许经营（Set up franchise business），常见为销售环节的特许，如在产品手册、包装上标注影子公司特许国内经营实体批发、零售某某产品等。

由于影子公司往往被包装成国际集团，更容易在公众当中造成混淆；加之该影子公司在境外合法注册，在一定程度上，也会给中国执法部门的执法行动造成干扰，尤其是国内执法部门无法直接将该影子公司注销或者责令其改名。

关于影子公司的救济，依据香港现行法律法规，律师提出两种处理方式：一是行政程序向香港特别行政区政府公司注册处（HKCR）投诉，另一个是通过司法程序直接向法院起

诉。向香港特别行政区政府公司注册处投诉，主要有两种情况：

(1) 以影子公司与他人在先注册公司的名称相同或“过分相似”（too like）为理由，要求其更改名称；如果投诉成立，注册处处长可以在该公司注册日期起计 12 个月内指示该公司更改其名称，如被告公司不遵从指示，处长可以把其名称更改为其公司注册编号。该办法好处是处理周期短、维权成本低、投诉成功率较高；缺点是注册处处长的决定需要自注册之日起 12 个月内作出，因此需要对这类公司注册进行持续和经常的监控。

(2) 如果注册处处长认为公司所注册的名称，在显示公司活动性质方面具有的误导性，很有可能会对公众造成损害，可指示该公司更改名称。该途径没有时间限制，但实践中，“在显示公司活动性质方面具有的误导性”的标准较难达到，因此成功率不高。

司法程序，可通过两种诉讼主张来要求法庭颁令指示有关公司更改名称：

(1) 商誉假冒，即从他人的商誉中不当地获益；

(2) 商标侵权，要求商标在香港注册。

2、将他人商标（包括企业名称）注册为商号

根据我国相关法律法规的规定，商标与企业名称权的冲突应当遵循在先权利优先、维护公平竞争的原则。商标注册和企业名称登记由不同国家行政机关负责，前者为商标局，后者为地方各级工商行政管理局，且在各自的注册登记程序上并不必然审查此类在先权利冲突，这是造成商标与商号权利冲突的根本原因。

实践中，常见侵权人擅自将他人的知名字号或商标作为自己的字号申请登记企业名称，并进行相同行业的竞争。认定注册企业名称是否侵犯他人商标专用权考量的因素主要包括：

- (1) 商标注册和企业名称登记注册的时间先后；
- (2) 登记注册的企业名称与注册商标的使用是否会导致消费者对商品或服务来源发生误认；
- (3) 两者谁的知名度更高；
- (4) 注册企业名称是否存在恶意。

尤其是最后一点，除了注册企业名称之外，侵权人往往还会以多种方式进行市场推广，而这往往可以成为侵权人具备恶意的佐证。譬如：

- (1) 企业名称使用不当：或对企业名称简化使用，省略行政区划；或突出、放大企业字号，故意造成市场混淆；
- (2) 同时兼有抢注并使用权利人近似商标/域名的行为，并用于商业活动；
- (3) 拷贝、盗链权利人网站，在侵权人的网站上进行虚假描述或宣传；
- (4) 抄袭权利人产品型号、产品外观，或者使用类似包装、装潢等。

上述行为视具体情况可构成商标侵权和/或不正当竞争，处理的途径包括工商投诉和民事诉讼。

律师认为，一般而言在处理直接和明显的商标侵权或不正当竞争行为的过程中，通过工

商投诉的途径用时短、维权成本低。但此类行为涉及到商标和注册企业名称冲突，案件相对复杂，涉及自由裁量的因素较多；而同时工商系统相关的法规、规章等操作性指导较少，因此工商部门在处理此类问题时较为慎重。此外，工商局的裁定不是终局裁定，还有可能经过行政复议、行政诉讼等程序。一般此类案件中，要求侵权人停止使用其已经获得注册的企业名称将会严重地影响其商业利益。因此，侵权人很有可能采用各种手段，譬如通过行政复议、行政诉讼等反制措施。

3、假冒授权代理商

这类情况中，侵权人一般在经营和宣传中自称为某某品牌授权代理商，有时还会伪造授权书。对于这类制售假货行为，除了通常的商标侵权、不正当竞争以外，伪造授权书还有可能涉及刑法规定的伪造公司企业印章罪。

此外，律师建议权利人应在企业内部加强对代理商的规范化管理，譬如：

- (1) 制作规范化的委托书或者授权牌匾；
- (2) 可以在权利人网站上对授权代理商清单进行定期更新，以备客户查询。

4、虚构公司，网站售假

随着网络的发展，网上售假日益泛滥。典型的如建一个网站（通常域名与权利人的商标非常相似），虚构一家公司，该公司的名称往往与权利人的公司名称或商标相同，侵权人利用该网站打着正品的名义进行销售。这类网站或往往不留真实地址，全部通过电话、网络联系业务，由物流公司送货，隐蔽性较强。如何通过各种线索，找到真正的运营主体是这类打假的关键。初步调查可以考虑域

名注册人信息、网站在工业和信息化部的备案（ICP）以及该售假网站的一些联系方式，如电话、传真、邮箱等线索；后续可以通过联系对方购买假货的合同章、发票等信息来做进一步的调查。

（二）商标淡化

商标淡化是指未经权利人许可，将与驰名商标相同或相似的文字、图形及其组合在其他不相同或不相似的商品或服务上使用，从而减少、削弱该驰名商标的识别性和显著性，损害、玷污其商誉的行为。

我们认为商标淡化常见的表现形式主要有弱化、污损、退化三种。

1、弱化

弱化是对驰名商标淡化的最常见形式。具体来讲，弱化是指无权使用人将驰名商标使用在不相同或不相似的商品上，破坏驰名商标的识别力和显著性，冲淡商标与商品之间的独特联系，最终损害驰名商标的商业价值的行为。弱化行为首先破坏了驰名商标的识别力。商标首先应该具备区别不同商品和服务的功能，并保证使用同样商标的商品或服务具有相同品质。弱化行为破坏了驰名商标与特定商品或服务之间的独特联系。驰名商标的所有人为建立商标与商品的独特联系，花费了大量精力：通过长期的使用卓越品质的保证、大量的广告宣传，才使驰名商标具有绝对的显著性。

以弱化方式所进行的淡化行为，又有两种具体表现：其一是在不相同或不相似的商品或服务上使用相同商标；其二是在不相同或不相似的商品或服务上使用相似商标。我们认为，构成驰名商标淡化侵权行为，是否以“有

造成混淆的可能性”作为其构成要件之一，应按淡化行为的具体方式来区别对待。

（1）将与驰名商标相同商标用在不相同或不相似的商品或服务上，很可能使相关公众误认为该商品或服务是驰名商标权人新近拓展的业务，或误认为行为人与驰名商标权人有业务上的关联，很容易使行为人从中获得不正当利益，造成混淆的可能性是极大的，因而商标权人无须对此举证证明。

（2）将与驰名商标相似商标用在不相同或不相似的商品或服务上时，因相关公众作为理性的主体对于驰名商标所标示的产品或服务不可能一无所知，而对于产品或服务的联想也不可能是漫无边际的。当两个相似的商标用在不相同或不相似的商品或服务上时，造成混淆的可能性就不大，如果一概推定会造成混淆，对于驰名商标权人之外的其他主体从事商业活动是十分不利的。因而，在这种情形下，驰名商标权人应证明行为人的行为有造成相关公众对产品来源发生混淆的可能。

2、污损

污损也称玷污，是指无权使用人将与驰名商标相同或近似的商标用于对驰名商标的信誉产生玷污、丑化、负效应的不相同或不相似的商品上的行为。污损是出于冒犯和污蔑的目的擅自使用他人的驰名商标，破坏驰名商标与其特定商品或服务相联系所唤起的人们的满意感。污损常常表现为两种情况：一种是在不洁或有伤风化的背景下使用驰名商标。例如“奔驰”商标是高质量、豪华汽车的象征。如果有人将抽水马桶命名为“奔驰”，显然，将豪华轿车和抽水马桶联系到一起显然不会使消费者开心。将驰名商标使用在与色情相联系的物品上，被认为是一种污损。

以污损方式所进行的淡化行为，由于其行为的结果对驰名商标的良好信誉产生贬低、污损作用，使消费者产生恶性联想，严重损害了驰名商标在消费者心目中的良好形象，后果已超出了混淆的程度且影响难以消除，因而，应不以“有可能造成混淆”作为认定侵权成立的条件。

3、退化

退化是指对商标的使用不当，使驰名商标成了商品的通用或服务名称，即消费者在对驰名商标的认知联想不再是该商品或服务的来源，而是该商品或服务本身。退化了的商标已经不具备区别商品或服务来源的识别性功能，完全丧失了显著性，其作为商标的资格已经丧失。

律师认为退化是淡化中最严重的一种，这会使商标权人彻底失去了自己曾经拥有的商标，造成巨大的经济利益损失。从公法的角度来看，退化有可能导致主管部门以丧失显著性为由强行撤销驰名商标，企业失去该商标的专用权。对此《德国商标法》做出了相应的保护规定。《德国商标法》第16条规定：“如果在字典、百科全书或类似的工具书中印出注册商标易于令人产生该商标是一个商标所为之注册的商品或服务的种类标志的印象。商标所有人可以要求作品出版人在印出商标时附加此系注册商标的提示；如果作品已经出版，则该请求权只限于在该作品重新出版时收入本条第1款规定的提示。”《欧洲共同体商标条例》第10条也有同样的规定，但我国尚未对此作出任何规定，我们认为我国在这方面的规定有待完善。



（三）不正当竞争

不正当竞争这种违反公平竞争规则的行为，不仅仅在有形商品市场的竞争中广泛地存在，而且在无形商品市场即知识产品市场的竞争中也大量的存在。

在我国反不正当竞争法所列举的十种不正当竞争行为中，涉及知识产权保护的，主要是第5条、第9条、第10条所规定的假冒、虚假宣传、侵犯商业秘密。与知识产权保护关系最密切的是第5条规定的假冒，尤其是第5条规定的假冒他人的注册商标、假冒知名商品的行为。当然《反不正当竞争法》第14条对商业诽谤行为的规定亦可认为与知识产权保护相关。

1、著作权领域中的不正当竞争行为

著作权是著作权法授予作品之创作者或者作者的合法继受人对其作品享有的一定期限的专有权。这些权利包括作者人身权和经济使用权以及获得报酬权等。它的客体是文学、艺术和科学领域内的作品，具有独创性或原创性，即是作者运用自己的技能、技巧和智力独立创作完成的，完全不是或者主要不是对他人现有作品的抄袭、剽窃，也不是对他人现有作品的仿冒。如果创作者在创作过程

中复制或仿冒他人的作品，以欺骗公众，达到与他人现有作品的混淆，使公众误认的，就构成不正当竞争。

2、技术领域中的不正当竞争行为

技术，包括专利技术、专有技术(技术秘密)和公有技术。专利技术，是指受专利法保护的享有专利权的技术。专有技术，也称技术秘密，是指不为公众所知悉，能为权利人带来经济效益，具有实用性并经权利人采取保密措施的技术。而公有技术就是为公众所知的不受法律保护的技术。本文讨论的技术，仅指专利技术和专有技术，而不包括公有技术。

专利技术和专有技术都是其所有人的一种无形财产。受法律保护，但是，技术秘密与专利技术不同。技术秘密以保密为其生命，一旦泄密就丧失其价值，而专利技术则是以公开其技术内容为代价换取一定期限的独占权。因此。对技术秘密的保护方式与对专利技术的保护方式不同。对专利技术的保护主要是依据《专利法》，其次是依据《反不正当竞争法》，而对技术秘密的保护却依各国的实际情况不同而不同。

律师总结了实践中专利技术方面的不正当竞争行为，这些行为主要有：

(1) 未经专利权人同意，他人入在其制造、使用或出售的物品上，标注、缀附或者在与该物品有关的广告中使用专利权人的姓名或者姓名的仿造、专利号或“专利”、“专利权人”等类似字样的标记，意图伪造或仿造专利权人的标记，或意图欺骗公众使其相信该物品是经专利权人同意而制造或出售。



(2) 他人为欺骗公众，在未取得专利权的物品上标注、缀附或者在与该物品有关的广告中使用“专利”字样或任何含有该物已取得专利权之意的其他字样或号码。

(3) 他人为了欺骗公众，在其并未申请专利，或已申请而并未在审查时，就在物品上标注、缀附或者在有关广告中使用“已申请专利”、“专利审查中”字样，或者任何含有已经申请之含意的其他字样。

我们认为这些不正当的竞争行为有一个共同特征：即经营者在自己的物品上使用虚伪标志，以欺骗消费者。根据专利法的规定，只有专利权人、受让人或者继承人或者经专利权人许可的人等才有权在专利产品上或在以专利方法直接生产的产品上使用专利标记，即“专利”、专利号或者其他的专利标记，或者在广告中使用这些标记宣传其产品，或者表明自己的专利权人的身份或者自己的发明人身份，此外的任何人在自己的产品上做上这样的标记或者在广告中做这样的宣传，就能造成公众的误认，从而构成不正当竞争。

尽管我国专利法中没有使用不正当竞争的概念，在反不正当竞争法中没有使用专利技术的用语，但这并不妨碍认定假冒他人专利或以非专利产品冒充专利产品的行为是不正当竞争行为。因为仿冒他人专利、冒充专利的

行为完全符合欺骗性、损害性和误导性的特征，故它们属于损害其他经营者和消费者的合法权益，扰乱社会经济秩序的不正当竞争行为。

3、商标权领域内的不正当竞争行为

商标法给予注册商标所有人专用权以保护的目的是，是使其所制造、生产、加工、拣选的商品或者提供的服务与他人进入流通、销售领域的商品或者提供的服务相区别，使注册商标所有人的权益和消费者的利益得到保护，从而保证公平、正当、合理的市场竞争。

在反不正当竞争法中所指的知名商品特有的包装主要是指在一定的地区内为购买者普遍接受的商品之特有的销售包装。在一般情况下，商品的销售活动与购买者的购物环境有密切关系。购买者的购物环境一般包括货架、灯光以及众多的同类商品，但其中起主要作用的是商品本身及其包装，即众多商品及其包装相互竞争的环境。一个好的销售包装就能在众多的同类商品相互竞争的环境中，以无声的推销员身份激发购买者的购买行为。当购买者见到其所熟知的包装时，便会产生购买欲望，因此，当他人故意使用与知名商品特有的包装相同或相似的包装时，便会因消费者的误认而购买与其意欲购买的知名商品品质不同的商品，造成知名商品生产者或者销售者以及公众利益的损害。

装潢是与商品的包装有密切联系但却又具有区别的商品的另一个重要部分。装潢是商品的表面设计，属于实用艺术范围。一般说来，它是由三个方面的要素构成：外形、构图和色彩结合而成的。知名商品特有的装潢就是指在一定的地域范围内能为一般公众所熟知商品的与同类商品之一般装潢不同的装潢。它既能使商品产生美感，又能使此商品与彼商

品相区别。同时还代表为该商品的生产者、制造者、材料构成或质量，因此，不允许他人擅自使用与这种装潢相同或相似的装潢使公众误认为该商品是知名商品的不正当竞争行为。

以普通方式使用商品的普通名称或交易中通常在同种类商品上习惯使用的标志的商品的行为，或者以普通方式使用交易中通常在同种营业上习惯使用的名称或其他标志的行为等不构成不正当竞争行为。

发现途径

律师总结常用的几种发现知识产权侵权的途径，帮助企业通过这些途径找到侵权事实和侵权人，维护企业的知识产权。

（一）展会

公司市场销售人员在参加各类展会、竞标会议中，以及拜访客户、分销商、供应商的过程中最有可能发现假货信息。各类展会也是收集被侵权事实的有利场所。

（二）服务

客户服务部门的维修工程师在现场维修、提供上门服务，以及呼叫中心在处理消费者投诉时，有可能从客户、消费者处接触到假货；

（三）执法检查

企业可以通过执法部门获取被侵权信息，主要是工商、质监、海关和公安系统在执法检查过程中容易发现侵权嫌疑线索，或者执法部门接到举报线索同公司联络，提供侵权线索。

（四）主动监控

企业知识产权部门（品牌保护部门）通过主动监控，发现线索。譬如：

- 1) 监控商标/域名/企业名称登记注册，对恶意注册人进行背景调查；
- 2) 通过搜索引擎（包括竞价排名、推广链接）、B2B 商务网站进行定期检索；
- 3) 通过专业调查公司开展定期市场调查等。

律师为企业提供应对策略和方案

通过大量的知识产权侵权案件的处理和分析，总结经验，高睿律师为企业总结出应对知识产权侵权的七大策略，为企业度身制定最适合企业特点的知识产权保护方案和打假方案。

（一）知识产权立体保护

企业应努力促使知识产权能够满足业务需求：具体来说主要包括：

- 1) 及时全面的商标注册：确保注册商标所指定产品和服务能够覆盖实际业务范围，并针对公司业务的应用领域、相关领域等采取适当的防御型注册保护。
- 2) 合理的域名注册：由于域名及相关衍生产品较多，加之域名本身变化较多，因此我们主张域名注册以满足市场推广需求为宜，不宜多注；对于他人的恶意注册行为，尤其是使用该域名进行制售假货的行为，则可以考虑在打假过程中一并解决，或者向有关的域名争议解决中心申请仲裁。
- 3) 及时申请专利保护，加大造假者违法成本。

（二）加强一线员工培训

前文提到，一线的市场和客服最有可能接触到假货，因此在企业内部要加强培训和宣传，让企业员工了解假货和打假的基本知识，遇

到问题能够及时向公司相关部门反映、举报。

（三）主动监控

加强对商标注册的监控，及时启动异议（争）议程序，并注意调查抢注商标申请人的背景；可以考虑定期检索香港公司注册公告，如有必要，也可以对大陆重点地区工商登记信息进行定期监控。

（四）定期清理市场

如果能够从生产源头对制假者进行打击是最有效果的，鉴于造假者常常采取非常隐秘的方式进行生产，尤其是制造产品与商标标贴、产品铭牌相分离，给查扣造假带了很大的困难。

有鉴于此，定期对销售环节进行扫市场是必要的，将会对制售假货者形成心理压力，有效地遏制制售假货行为的泛滥--特别需要指出的是，往往某一市场有几家公司的不同品牌的产品构成市场主体，如果其中某家公司的打假比较频繁、有力，则制假者的重点往往会向打假力度不大的品牌倾斜。因此从某种意义上说，定期扫市场是一种“逆水行舟，不进则退”的工作。

（五）积极寻求行政部门处理

工商部门和质监部门构成了行政查处假货的主体。根据国务院有关规定，工商行政管理部门负责查处市场管理和商标管理中发现的经销掺假和假冒产品等违法行为，质量技术监督部门负责组织查处生产和流通领域中的产品质量违法行为。两部门各司其职，密切配合，同一问题按照谁先发现谁先处理的原则进行处理。

对于企业而言，在市场上发现假货，应当及时向工商部门进行举报、配合工商的打假行动；将发现的假货生产窝点的相关线索及时提供给质监部门，并配合行动。

（六）向海关申请备案

随着国内经济的不断发展，制售假货也出现了国际化的趋势，一方面国内的制假者意图将产品销售到海外市场，另一方面，也存在着国外的贸易公司通过定牌加工的模式，“委托”国内企业生产并将假货出口到这些贸易公司指定的地区。因此，权利人可以考虑适当选择一些知识产权在海关进行备案，同时密切与海关联系，做到与海关沟通顺畅，确保真货及时通关，假货及时查扣。

（七）刑事立案

对于构成刑事立案标准的，积极配合行政机关向公安机关移送案件，或者及时向公安机关报案，力求严厉打击，加大侵权人侵权成本。虽然近年来国内的知识产权侵权现象有多元化、复杂化、甚至出现国际化的趋势；然而“魔高一尺，道高一丈”，随着中国知识产权保护立法的日臻完善，工商、质监、海关、公安和法院等各部门执法、司法水平的不断提高、相互间的配合日趋紧密，国内对于权利人利益的保护整体向好。

企业打假涉及到商标、不正当竞争、版权、专利等多项知识产权，贯穿于产品生产、销售、进出口的全流程，有可能动用到民事、行政或者刑事多个执法、司法部门，是一项“系统工程”。对于权利人而言，熟悉、精通这些游戏规则，综合利用，积极维权，也是为共同创造国内良好的知识产权保护环境所作出的贡献。



Litigation

跨国公司知识产权维权 诉讼策略

随着中国经济的腾飞、国际化步伐越来越快，越来越多的跨国公司落户中国。同时，中国的市场与发达国家相比仍显稚嫩，特别在知识产权方面。

跨国公司要如果想在中國能够顺利发展，则离不开知识产权维权诉讼，本文侧重从跨国公司的角度出发，结合中国的知识产权现状以及高睿律师多年的知识产权维权诉讼经验，一针见血的点出跨国公司知识产权打假的诉讼策略。

跨国公司知识产权维权中的难题

由于中国在知识产权维权方面起步的较晚，且中国的文化背景与西方不同，所以维权过程中难免会遇到许多的问题，主要集中在以下几个方面：

（一）侵权主体难以确定

在高睿律师经办或者研究过的很多知识产权侵权案件中，侵权人都试图通过各种途径或手段将自己隐藏在幕后，一般不太容易被发觉。在许多案件中，权利人只能在市场上见到侵权产品，而无法获知这些产品来自何方，即使有公司名称和地址，但往往进行调查后，最终会发现该公司注册地址、电话号码都是假的，条形码是套用别的公司的，这让权利人很无奈，总感觉愤怒的拳头找不到落点。

（二）权利人难以调查取证

取证难是知识产权案件的共同特点，有很多进入流通市场后的侵权产品都很分散，制止

单个销售行为，并不能取得很好的效果，并且对于生产行为的取证也非常困难。在某些领域的知识产权侵权已经形成很完整的产业链，呈现出网络化、组织化、国际化、专业化的特点。比如，一部大片上映，从获取母片、生产、批发、物流、区域分销等环节都有专人负责，最后再由区域分销批发给本地零售，文化执法部门往往只能查到终端销售，却无法追根溯源。因为制假产业在屡次打击中，不断改进，组织严密，甚至跨越国境，这给打假带来很大的难度。

（三）权利人难以获得经济赔偿

按照高睿律师的经验，在知识产权侵权案件中往往十赔九不足。根据法律规定，原告的赔偿数额按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定。权利人的损失、侵权人获得的利益均难以确定，人民法院可以根据权利的类型、侵权行为的性质

和情节等因素，确定给予三百万以下（专利是一百万元）的赔偿。在现实案例中，很少有侵权人做账，即使做帐，也可能存在两本账册，且原告亦难以取得，甚至在法院取证时被告也可以以各种理由不予提供，而不用承担任何法律责任。因此，权利人的赔偿主张通常只能通过法定赔偿来实现，但法定赔偿额在很多案件中是难以弥补权利人的实际损失。因此获赔难极大的打击了权利人的维权积极性，相反因为违法成本的低廉，却鼓励了侵权盗版的蔓延。

跨国公司知识产权诉前维权措施

（一）调查取证

如果涉嫌侵权行为给权利人造成了较大损失，权利人准备以获得赔偿为目标起诉侵权人的话，在向法院提起诉讼或向对方发送警告函之前，应主动、充分地准备侵权证据以及自身受到损失或对方获得利益的证据，为以后在法院诉讼过程中做好准备，占据优势地位。

（二）发警告函

对于侵权行为和后果不是很严重，涉嫌侵权企业不是太大，权利人可以以发警告函的形式提醒对方，要求其停止侵权。当然也可以选择委托律师以律师函的形式发出警告。

这一选择最大的优势在于高效，不需要经过复杂的法院审理程序，直接与侵权人沟通，能够在最短的时间内肃清市场。

（三）以诉促谈

在警告函无效的时候，权利人可以选择向法院起诉。此时，权利人向法院提起诉讼的目的并不是为了得到法院的一纸判决，而是为了与涉嫌侵权人进行和谈，弥补因其侵权行为

为所造成的损失。同时通过法院文书给侵权人施压，促使侵权人同意权利人提出的和解方案。

权利人在双方的谈判之前应明晰自己的底线，同时，也应该尽量调查清楚对方的底线，以便更好的维护自己的合法权益。

（四）以诉清市场

根据高睿律师的经验，大部分权利人很难从诉讼中得到足额的赔偿，如果不提起诉讼，侵权行为将蔓延，权利人的市场份额将受到极大影响，所以权利人不得不提起诉讼以夺回正品的市场份额。

例如一个奢侈品品牌，或许可以容忍做工低劣的假冒品在集贸市场以白菜价出售，但决不接受高仿品在酒店和商城内销售，因为前者的消费群体不是权利人的目标群体，而后者极有可能分流了权利人的目标客户。因此，权利人即使不能从个案中获得足额的赔偿，亦将采取法律措施，甚至不惜采取刑事措施来维护其市场份额。

（五）以诉促合作

对于一部分高端的涉嫌侵权人，往往都拥有不错的生产平台或者销售渠道。此时，权利人要求涉嫌侵权人停止侵权或向法院提起诉讼，并不是真的要求其停止使用权利人的知识产权，而是以此为平台，促使对方与权利人和谈或调解，进而双方达成合作意向，最终达到双赢的局面。

跨国公司知识产权诉讼方案设计

（一）选择诉讼目标

权利人在选择诉讼对象时，首选那些有赔偿能力、影响力和直接竞争力的侵权人，这样的企业一般规模较大，权利人在知识产权维权时能够获得较充分的赔偿。

与此同时，如果侵权人的业务是与权利人相竞争的同行业，还可以作为市场竞争的一种手段，获得较好的竞争优势。

在这些企业中，又以外企和上市公司为佳，外企一般对知识产权保护较为重视，在被告侵权的情况下会尽快解决纠纷，法院的判决也能得到很好的执行；而上市公司的所有信息都要求披露，对企业发生的诉讼也比较敏感，可能会影响到股价，所以一般也尽量避免此类纠纷，权利人在维权时也较容易。

（二）选择管辖地

根据我国《民事诉讼法》规定，因侵权行为提起的诉讼，由侵权行为地或者被告住所地人民法院管辖，知识产权侵权诉讼地可以选择被告住所地，也可以选择侵权行为地。其中侵权行为地包括侵权行为实施地和侵权结果发生地，这样的法律规定就为权利人在诉讼时选择管辖地提供了空间。

权利人之所以要选择管辖地，一方面考虑到很多地方法院在诉讼过程中会受到当地地方保护主义的影响。大部分涉嫌侵权的企业对促进当地的经济发展以及促进劳动就业起着很大的作用，如果被判败诉很可能会影响企业的发展，进而影响当地的经济发展，再加上其他原因，权利人如果选择被告所在地的法院提起诉讼，可能会各种意料之外的问题，判决结果也难得到执行；另一方面，不同地



方的法院审理知识产权案件的水平也不同。知识产权保护是市场经济高度发展的产物，一般来说经济水平发达的地方法院审理知识产权案件经验较丰富，案件审理水平也较高；更重要的是，不同法官对法律的理解也是不一样的，观点会相差很大甚至会相反，在选择管辖地时要考虑审理法官以往对某种法律问题的看法，选择对自己有利的管辖地。

（三）选择代理机构

知识产权侵权案件相对于其他一些民商事案件来说，专业性更强，解决此类纠纷必须委托专业代理机构。目前知识产权侵权打假服务市场主要是律师事务所与调查公司，二者各有侧重点，调查公司倾向于前期侵权物品的调查和跟踪，而后期诉讼维权是律师的强项。权利人在选择律师时，应选择专业的知识产权律师或律师团队，同时还要考虑律师事务所的规模，同时，某些领域的知识产权侵权呈现网络化、组织化、国际化、专业化全国性的合作，因此，权利人在选择律师事务所时，应选择全国性的律师事务所。同时需要服务机构在全国范围内统一协调，利用当地资源，提供统一和专业的服务，这样权利人可以一次委托，多处受益。



（四）选择诉讼时机

权利人提起诉讼不仅仅是为了维权，也是进行商业宣传的一个绝好时机，如在侵权企业启动上市时，提起维权诉讼，可以对侵权人形成较大的压力，促使案件尽快解决，并取得较好的赔偿金额。

跨国公司知识产权诉讼准备

（一）侵权证据准备

在正式起诉之前，证据准备至关重要。权利人在准备证据时有两种方式：自行取证或委托专业机构取证。权利人自行取证简单易行、成本低，但是由于取证过程的不规范，在法庭质证时采信度较低，加之知识产权案件专业性较强，取证也比较困难，高睿律师建议权利人委托专业人员代为取证。权利人在取证时应尽量采用公证取证的方式，因为在没有相反的证据足以推翻公证取证的证据效力时，公证取证获得的证据将直接成为法院认定事实的根据。

此外，权利人在提起诉讼之前，出现了证据可能灭失或者以后难以取得的情况，可以向法院申请诉前证据保全，也可以在发现侵权行为时，向相应的行政机关举报侵权行为，由行政机关查处并保持证据。

（二）权利证据准备

准备原告的权利证据，证明权利的合法性和经济价值，为确定赔偿数额奠定基础。

当事人所提供的权利证据通常需要证明：1、该当事人是该权利的拥有者或其利害关系人，因此他是合法的原告或投诉人；2、该知识产权在中国合法存在、有效并且因此可被依法行使。

就商标权而言，提交该类证据的目的在于证明商标权的归属，受保护的是何种类型的商标，是否为驰名商标，从而确定该商标权的保护范围。主要包括：1、商标注册证（如指定颜色的须提交商标注册证的原件）及续展手续。如果是国际商标注册，则需由国家商标局发布该国际注册在中国有效的证明。2、驰名商标认证书。

就专利权而言，提交该证据的目的在于明确专利权的归属、权利状态、专利的有效期限，确定专利权的保护范围。主要包括：1、专利权证书，包括授权权利要求书、说明书及附图。该专利权如经历无效或撤销程序，且对专利文件进行了变更的，应当提交相应的行政审查决定。如果是实用新型专利，则最好还要有国家知识产权局发布的证明该实用新型具有专利性的检索报告。2、最近一次缴纳年费的收据。3、专利独占实施许可权人与专利权人作为共同原告一同提起侵权诉讼的，还应当提交独占实施许可合同。

（三）确定赔偿数额

目前，我国知识产权侵权的赔偿主要以填补损害为原则，因此，权利人应积极准备自己受到损害数额的证据，或者积极调查侵权人因侵权行为获得的利益的证据。在确定数额

时，应包括权利人为制止侵权支付的合理开支。这样法院才能很好的支持权利人的诉求。在前者都不能确定的情况下，由法院综合侵权行为类型、性质、范围和情节等因素给予三百万元以下（专利权是一百万元）的法定赔偿。即使是法定赔偿也应该尽可能的举证证明权利人的侵权情节、侵权影响、侵权后果，如果有证据表明权利人的实际损失大于法定赔偿额，法院也可以在此基础上予以酌定。因此，即使同一类型的案件，不同的举证，判赔金额可能完全不同。

跨国公司知识产权诉讼技巧

知识产权打假的最终目的是为了保护自己的民事权益，以自己的名义向人民法院提起诉讼，也就是说权利人是民事诉讼程序的启动者。原告在决定提起诉讼之前，必须考虑以下问题：是否应当提起诉讼？起诉谁？采用刑事诉讼、民事诉讼还是行政诉讼？以什么理由提起诉讼？什么时候提起诉讼为最佳时机？在哪里提起诉讼？在诉讼过程中是边谈判边打还是一直打到底？

（一）是否起诉

诉讼本身是一件很重要的事情，有些诉讼直接关系到企业的存亡。即使案件的重要性还没有达到影响企业发展的程度，是否提起诉讼都应谨慎从事。因为诉讼本身毕竟是一项耗费巨大的活动，它不仅仅需要一定的经济支出，这些支出中既包括应当正当支出的部分，在司法环境不纯洁的地方不可避免还包括相当的交际成本；除了经济方面的支出之外，当事人还需要相当的耐性，知识产权案件相对比较复杂，审理期限比较长，即使在美国这种发达国家中，有关知识产权的案件审理期限在十几年也并不稀奇；另外，我国

传统文化中具有浓厚的厌诉情结，在许多人眼中，诉讼意味着双方关系的破裂，在无形之中增加了诉讼的成本。这些有形和无形的成本都是在决定是否起诉前应当仔细考虑的。在实践之中，因为存在这些诉讼的不利因素，许多企业在处理许多事情时，只要事情没有达到一定的严重程度，一般都不会诉诸法院，即使在诉讼过程中，双方也往往营造比较融洽的气氛，进行协商争取和解。

当然，对于那些涉及重大利益的事情，企业不能妥协退让。对于企业来说，企业是典型的以盈利为目的的实体，是一种典型的“经济人”，只要诉讼这种行为所获得的收益大于潜在的成本，它就不会实施。因此，企业作出是否诉讼的决定前，还当权衡再三。

许多诉讼，尤其是知识产权方面的诉讼，往往能够引起社会的广泛关注，成为公众的焦点话题，因此诉讼可以作为销售策略中的一个有机组成部分，这种诉讼所取得的效果甚至比投入大量金钱对产品进行宣传的效果更好。

例如日本摩托为了挤占中国市场，在进军中国市场之前，首先通过提起侵权之诉的形式，在中国营造气氛。它首先起诉中国摩托车侵犯其外观设计专利。它们提起诉讼的时机选在我国入世之前而在 DVD 事件之后，这一期间公众和媒体本身对知识产权问题特别关注，DVD 事件更被认为国外企业向我国企业知识产权问题开刀的标志，日本厂商提起的外观设计专利案件引起了媒体的广泛关注，也让他们赚足了公众的注意力。公众在注意该案件的同时，结合日本产品在公众中的良好形象，无形之中就会在头脑中产生日本摩托应该也是不错的产品。“日本摩托”这种概念借着这场诉讼，轻而易举地在公众中形成了，

这种效果比投入大量的广告费产生的效果好的多。在“日本摩托”的概念形成之后，日本某摩托车厂商为了进一步突出其商标，于2003年底向北京法院提起诉讼，诉称我国某摩托车厂商的产品侵害其商标，索赔1000万人民币。许多媒体对该案进行跟踪报道，这些报道从另一方面看是在为企业做免费的广告，而且这种效果比纯粹的广告好的多。也许该案最终是否胜诉并不是该日本厂商最关心的，能够引起社会的关注则是它最关心的，这种诉讼成为企业营销方式中重要的组成部分。

从以上的分析可以看出，对于一起纠纷是否应当提起诉讼，不仅仅要考虑该案胜败的可能性、该案可能的成本与收益，还要从企业发展战略的角度来考虑。

（二）确定被告

诉讼与打仗相似，需要根据不同的情形和对象采取不同的策略，而被告的确定则是这些策略中重要的一部分。如果法律关系比较单一，谁对我构成知识产权违约，谁侵害了我的知识产权，一眼就可以看清楚，那么诉讼对象比较容易确定。如果法律关系盘根错节，当事人情况复杂多变一时难以梳理，应当起诉谁这个问题则需要仔细斟酌。

如果有多人共同实施侵权行为，例如集团制造假冒产品，从法律上来说，这些人需要承担连带责任，那么只要起诉其中几个人作为被告，如果他们败诉他们将承担全部的损失，因此只要将几个“有钱人”作为被告，他们能够保证判决得到履行就可以了。当然，将全部人起诉到法院也可以，但这种作法要承担一定的风险：一方面如果法院不能将司法文书送达其中一些人，必然要公告送达，公

告期达60天，延长了诉讼周期，增加了时间成本；另一方面，将全部人作为共同被告起诉到法院，在诉讼过程中需要对这些人实施侵权行为承担相应的举证责任，增加了举证的难度。

如果多人同时实施侵权行为，例如多人分别制造假冒产品，因为他们彼此之间并没有意识联络并且各自独立完成侵权行为，因此权利人只能将他们分别起诉到法院。当然，这里也可根据不同情况采取相应对策。如果其中有侵权重点对象，那么应当将其作为重点“照顾对象”，一旦起诉一定要达到胜诉的效果，这样可以起到杀鸡儆猴之功效。如果对重点对象起诉的证据尚不充分，或者因为种种原因，对重点对象起诉有诸多不便，可以先起诉一些障碍小的，可起到敲山震虎的作用，向所谓的重点对象发出警告，自己不会纵容这种行为继续进行下去，否则将诉诸法律手段。

（三）诉讼过程中应当注意的策略

诉讼本身是一系列法律活动的集合，每一步都可能影响到案件的最终结果。下面这些方面值得在诉讼过程中引起注意。

第一，在诉讼中要善于借力工商、公安机关

外资企业在保护其知识产权的活动中，例如在打击制假、售假过程中，就很喜欢借用工商行政机关这把“刀”。我国工商行政机关机构健全、执法人员众多、职权比较集中，他们查处侵犯知识产权行为的能力远远强于任何个人和企业。这些企业等工商行政机关对知识产权侵权者作出处罚之后，再直接依据这种处罚决定向人民法院提起民事诉讼，胜诉自然是水到渠成！在知识产权保护过程中，还可以借用刑事司法机关这把“刀”。大部分



知识产权，如著作权、专利权、商标权、商业秘密，都规定了刑事责任。在追究刑事责任的时候，大多数是公诉案件，即由公安机关对案件进行侦查、预审，由检察机关代表国家向人民法院提起公诉。公安机关内设有经侦大队，专门负责经济案件的侦查，他们收集证据的能力显然是其他个人或者企业所不能比拟的。如果能够报请经侦大队立案侦察，其结果应当比较乐观。例如重庆晨报曾报道，曾任中美合资企业重庆浦益斯汽油机有限公司总经理的李某，退休不久后，办了重庆汨云机械制造有限公司和重庆大足内燃机制造有限公司，这两个公司的产品占领了浦益斯公司部分市场份额。该公司经调查，认为李某侵害了重庆浦益斯公司的商业秘密，但在收集证据方面则遇到很大的困难，于是向重庆市公安局报案，经该局经侦总队侦查，发现李某明知浦益斯汽油机的生产技术系商业技术秘密，仍然利用对浦益斯公司技术和销售渠道的掌握，自己开办公司，侵犯了浦益斯公司的商业秘密。这是典型的借用公权力保护知识产权的案例。

第二，“天时、地利”之争

诉讼过程“天时”是指起诉的时机，“地利”是管辖地点。对一般的诉讼来说，提起诉讼的时机对案件的审理结果没有特别影响，但

对有些案件来说，把握良好的时机，往往能够获得意想不到的效果。例如，美国微软公司对我国的盗版行为，长期以来不闻不问，这种纵容的结果是盗版软件满天飞，微软借助这种免费的零倾销策略完全击毁了中国的软件行业，在上一世纪九十年代后期，微软公司开始对一些大公司使用盗版软件的行为提起诉讼，在上海和北京等地都屡有收获，每起诉一个公司，对方都要赔偿几十万人民币。

一般来说，“地利”对特定案件结果的影响比较明显。不同的法院对同样的案件处理结果有所不同，尤其在实践中不可避免地存在外在因素影响法院判决的情况下。因此，如何尽可能地避免对自己不利的因素，是每个当事人应当考虑的问题。在知识产权诉讼中，一起案件往往有多个可供选择的管辖地域，选择出对自己最有利的地域作为起诉的地点，往往成为案件胜败的关键。

第三，辅助措施之采用

在诉讼上则可以说诉讼未进行而证据先收集。整个诉讼都是围绕证据而展开的，缺乏证据的诉讼主张是得不到法院支持的。在证据的收集过程中，有些证据可能因客观原因不能自行收集到，这时可根据《民事诉讼法》第64条第2款的规定：“当事人及其诉讼代理人因客观原因不能自行收集的证据，或者人民法院认为审理案件需要的证据，人民法院应当调查收集”，申请法院收集该证据。需要收集的证据有时具有时效性，即经过一定时间证据可能灭失或者难以取得，当事人可以向法院提出证据保全。

例如《商标法》第六十六条规定：“为制止侵权行为，在证据可能灭失或者以后难以取得

的情况下，商标注册人或者利害关系人可以依法在起诉前向人民法院申请保全证据”。但向人民法院申请证据保全程序比较复杂，周期比较长，不能根据当事人的意思决定保全证据的时间，因此，在许多知识产权诉讼中，当事人不向法院申请证据保全，而直接向公证机关申请公证。在现代知识产权诉讼中，随着高新技术的发展，尤其是电子信息产品的发展，证据易于消逝而难于获取，即使申请法院进行诉前证据保全，可能都为时太晚。

当事人一般通过公证机关取证或者证据保全，这是一种不错的方法。

诉讼的目的为了胜诉，胜诉的目的为了得到切实的执行。在现实生活中执行难是一个司空见惯的问题。许多被告经常采用“金蝉脱壳”之计，即在诉讼过程中尽量拖延诉讼时间，等判决生效的时候他早已财去楼空，原告胜了官司但输了钱财，手里空有一纸判

决，虽胜犹败！为了避免这种情况的出现，原告最好在诉讼之前调查好被告的财产和帐户，起诉后立即申请法院财产保全。

第四，积极寻求和解

诉讼的目的在于保护自己的利益，但诉讼并非保护自己利益的唯一方法，如果双方能够心平气和地谈判，谈判的结果又能够保护自己的利益，这样不仅化解了双方的矛盾，而且增进了双方的感情。这在知识产权诉讼中相当常见，在英特尔公司起诉威盛公司的许多诉讼都化干戈为玉帛，双方达成使用许可协议，英特尔公司撤诉。

综上所述，无论何种诉讼技巧和策略，其核心都是以企业利益最大化为根本，只要牢牢抓住利益这一根本问题，灵活运用前述诉讼技巧，把握好诉讼中的天时地利人和，即使不能百诉百胜，至少也能最大限度的维护企业的自身利益。



∞ 经典案例

🚩 案例 1——商标

保护商标，转守为攻，创造价值

——以安利商标权纠纷案为例

【案情概要】

安利公司 1959 年创立，目前是全球最大的著名直销企业，其商标设计层次感分明，用色大胆，充满新意，更重要的是安利的商标为人们熟知，属于驰名商标。

2008 年，广州市中级人民法院受理美国安利有限公司、安利（中国）日用品有限公司诉广州某电器有限公司、金某某、温州市某电器公司侵犯其商标权的二审案件{案号：（2008）穗中法民三终字第 126 号}。

中院经审理认为，两原告核定使用在第 29 类商品上的“Amway+飘带图形+安利”注册商标符合驰名的认定条件，是驰名商标。广州某电器有限公司、温州市某电器公司未经许可共同生产、销售标有“Amway 及图”和“安利国际”字样的电工产品（属第 9 类商品），是复制两原告驰名商标主要部分在不相同和不相类似商品上进行使用的行为，该行为容易误导公众，致使两原告的利益可能受到损害，故侵犯了两原告驰名商标专用权，遂判令广州某电器有限公司、温州市某电器公司立即停止侵权并共同赔偿两原告 20 万元。

【高睿律师分析】

商标俗称“牌子”，保护注册商标专用权属于知识产权保护的一种。只有公司保护好注册商标，才能在市场上创建一个优良品牌，进而创造更大的经济利益。因此，对于保护公司注册商标专用权，意义重大。

对于普通注册商标而言，商标专用权以核定使用的商品类别为限。即未经许可，在同一种或者类似商品上使用他人注册商标，构成侵权。在不相同或者不相类似商品上进行使用，不构成侵权。但是，对于他人注册的驰名商标，即使是在不相同或者不相类似的商品上进行使用，如果误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，也构成侵权。即注册的驰名商标，可以受到跨商品类别的法律保护。

同时，维护注册商标专用权的打假维权行动必须采取灵活多样、各种途径相结合的办法，在取得掌握一定证据的基础上，充分考虑相关情况，选择在某阶段、某地点采取何种途径，从而既达到了打击制假行为，又获得足够的经济赔偿的目的。根据高睿律师的经验，在商标权维权方面，企业可以参造如下步骤开展：

1、选派市场调查人员或打假公司调查员，在各商场(店)销售假货的地点开始，进行调查，确定涉嫌侵权的主体；

2、收集到市场存在假货的证据后，研究分析应采取何种进一步的取证行动：(1)通过商业调查公司查出制假造假窝点；(2)公司派员通过追踪、访问等形式查出制假造假窝点；(3)根据销售地点的证据，向工商行政部门举报，由工商行政部门采取进一步行动；(4)按照取证的难易程度，决定是否暂停进一步取证行动，利用掌握的证据采取下一步的打假途径；

3、与公证员一起，到涉嫌侵权的地点购买一定数量的涉嫌侵权产品，由公证员制作公

证书，证明取得证据的合法性、真实性、关联性（调查取证费用的承担法律规定侵权者承担因调查取证而产生的合理费用，其中包括律师代理费）；

4、委托律师事务所发送律师函，要求涉嫌侵权主体停止销售或其他侵权行为，同时要求对方赔偿，若涉嫌侵权主体拒绝和解，则向法院提起诉讼，一方面可以以诉促谈，另一方面，在确实无法和解的情况下，请求法院判令侵权主体履行赔偿义务并停止侵权行为。

5、在打假达到一定效果后，向媒体发布消息，宣传打假效果，让消费者对本公司产品产生信任感，促进公司产品的销售。

案例 2——著作权

影视原创有人保护吗？

——华夏视联控股有限公司诉深圳市快播科技有限公司、李军侵犯著作权案

【案情概要】

华夏视联控股有限公司（下称“华视”）通过授权方式依法获得了电影《十全九美》（下称“涉案电影”）在中国大陆的独家信息网络传播权。2009年3月，华视通过公证保全方式证实李军在其开办的巴巴在线电影网站

(www.babady.com) 的服务器上存储涉案电影作品供公众免费下载观看，观众在下载前需根据提示安装被告快播公司开发的 Qvod 播放器软件。华视遂以李军及快播公司侵犯信息网络传播权为由提起民事诉讼。

法院经审理认为，涉案影片的搜索、观看和下载始终没有离开巴巴在线电影网站，故应当认定巴巴在线电影网站是涉案电影作品的内容提供者，其开办者李军应承担相应的民事责任。Qvod 播放器软件在本案中未对涉案影片进行编辑、修改及数据传输管理，仅是根据用户指令为巴巴在线网站上传的涉案影片提供解码播放、下载网络技术服务，由于快播公司是服务提供者，其无法知道亦无合理理由应当知道软件传输的内容是否侵权，原告亦无证据证实其与巴巴在线电影网站存在合作经营的事实，故无需承担侵犯著作权的间接侵权责任。

【高睿律师分析】

高睿律师认为，本案具有以下几个特点：

- 1、技术性强。涉及到 PTP 和 Qvod 服务器软件等互联网新技术，深入研究涉案技术是客观认定事实和准确适用法律的基础。
- 2、类型新颖。此案是我市首宗针对网络快播技术软件提供者提起的著作权侵权诉讼案件。
- 3、审理难度大。本案涉及到网络间接侵权认定难点问题。法院审理时能够熟练运用 PTP 和 Qvod 服务器软件新技术知识，依法作出裁判，既维护了权利人的合法权益，又肯定了网络新技术的合法性，收到了良好的法律和社会效果。

此外，高睿律师认为，在本案中，快播公司提供了网络技术支持，险些为此承担侵权责任。那么互联网公司，应当如何在经营过程中有效的防范用户利用自己的平台，侵犯他人著作权，从而令自己承担连带法律责任的风险呢？对于这一点，高睿律师有以下几点建议：

- 1、电信运营商及 ISP、ICP 要高度重视对著作权法律法规的学习，认真组织员工学习《信息网络传播权保护条例》，增强懂法、守法、用法的自觉性；
- 2、定期对企业自办网站和管理的网站及服务器等进行全面清查，对发现网站上有未经合法权利人授权的内容(包括未经授权的音乐、电影、软件以及其他作品等)要及时取得授权，或要认真进行清除，重点审查自办网站提供

的下载服务和在线播放服务中的音乐作品是否经权利人授权，如确属未经授权擅自提供下载服务和在线播放服务的应立即停止和删除，以避免信息网络传播侵权纠纷引起的诉讼给企业造成的损失。

3、根据《信息网络传播权保护条例》的有关规定，加强对企业自办网站及链接的信息网络传播权进行规范管理与保护。提供连线服务及路径通道的链接不构成侵权，已在报刊上刊登或者网络上传播的作品，除著作权人声明或者上载该作品的网络服务提供者受著作权人的委托声明不得转载、摘编的以外，网站予以转载、摘编并按规定支付报酬、注明出处的，不构成侵权。但不得将未经合法授权的音乐、电影等放置于自办网站中，也不得设立非法载有未经授权的音乐、电影等网站的链接。特别是接到著作权人对上述网络内容的侵权警告后要及时清除相关内容，并将有关情况书面通知链接的网站，有关部门应保留好相关证据以防遇到诉讼时使用。

4、电信运营商要加强对合作的内容服务提供商(ICP)使用作品及制作内容著作权合法性的审查和管理。

5、高度重视信息网络传播权的保护，积极培育企业自主知识产权。在新的形势下，知识产权是自主创新的基础，也是市场竞争的重要手段。

6、倡导成立网络作品版权保护组织，为网络企业及相关著作权权利人提供合法使用作品的平台。

案例 3——外观专利

动漫品牌如何捍卫知识产权

——以奥飞动漫商标、专利系列侵权案为例

【案情概要】

奥飞动漫是广东本土知名动漫品牌，其生产的各类动漫产品、玩具受到小朋友的喜爱，也成为仿冒者眼中的“肥肉”，市场上各式各样的侵犯奥飞动漫知识产权的假冒产品大量出现，致使奥飞公司的合法权益收到极大损害。

广东奥飞动漫股份有限公司通过委托高睿律师事务所，全面开展知识产权系列维权打假专项事务。仅一年时间内，奥飞公司在广州市两级法院起诉他人侵犯其商标权、专利权的案件就多达 210 件，被告涉及广州、惠州、肇庆、江门等地的相关玩具行业的个体工商户和私营企业，成功捍卫自己的合法权益，并获得了相应的侵权赔偿。

【高睿律师分析】

动漫行业是侵权盗版的“重灾区”，盗版猖獗成为困扰动漫产业发展的难题之一。随着动漫产业的高速发展以及维权意识的增强，动漫公司维护知识产权的案件近年来不断增多。知识产权侵权案件相对于其他一些民商事案件来说，它的专业性更强，解决此类纠纷必须委托专业律师进行代理。

目前提供知识产权侵权打假服务主要是律师事务所，由知识产权专业律师安排专业调查员配合，在前期对侵权物品进行调查和跟踪、搜集侵权证据，并由律师统筹打假进程，进行证据收集整理、公证以及进行各项诉讼程序。

由专业律师安排调查取证能使取证过程严谨规范，避免了当事人自行取证导致由于过程的不规范，使得在法庭质证时证据采信度低的情况。加之知识产权案件专业性较强，当事人自行取证比较困难，委托律师能很好的解决这个难题。

案例 4——不正当竞争

使用知名商品特有包装、装潢属不正当竞争行为

——玛氏食品（中国）诉汕头某公司擅自使用知名商品特有包装、装潢纠纷案

【案情概要】

玛氏公司提交的大量证据证明，其生产的“德芙 DOVE”巧克力系列产品包括“德芙 DOVE”丝滑牛奶巧克力、“德芙 DOVE”奶香白巧克力产品为知名商品，汕头某公司生产并由赖某某销售的“爱夫”丝滑香浓巧克力两款被诉产品，在颜色、图案及其组合方面，与玛氏公司的知名商品特有包装、装潢相似度高，法院认定构成近似。本案法院认为，两者虽涉及商标差异，但玛氏食品知名商品特有装潢上的商标图案只是其特有装潢图案的一部分，商标标识的差异不影响上述近似认定；被诉产品外观设计虽已获专利权，但玛氏公司的知名商品使用特有包装装潢在先，汕头某公司获得外观设计专利权在后，此情节不影响认定侵权。汕头某公司和赖某某被判令侵权，赔偿经济损失 180000 元。该案二审维持原判。

【高睿律师分析】

知名商品是指在市场上具有一定知名度，为相关公众所知悉的商品。

知名商品的特有装潢是指不为相关商品所通用，并具有显著区别性特征，为识别与美化商品而在商品或者其包装上附加的文字、图案、色彩及其排列组合。《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条第(二)项的规定，经营者擅自使用知名商品特有的名称、包装、装

潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品，该行为构成不正当竞争。这种不正当竞争的构成要件包括：一、权利人涉案权利的载体即涉案商品为知名商品；二、权利人涉案权利的客体即涉案商品的名称，或包装，或装潢是特有的；三、被控不正当竞争行为人涉案商品的名称，或包装，或装潢与权利人的涉案商品的名称，或包装，或装潢相同或者近似，造成购买者对两商品的误认。

玛氏公司的巧克力系列产品拥有多项知识产权，包括“德芙 DOVE”商标专用权、以及由于其商品知名产生的特有包装、装潢等权利。被告意欲通过商标标识、外观设计专利等路径避免侵权，但被诉产品包装装潢与原告知名商品的特有包装装潢近似，构成不正当竞争，仍应承担侵权责任。

由于涉嫌侵犯知名商品特有包装、装潢的不正当竞争行为不仅侵犯了知识产权，也涉及违反国家规定的公平竞争秩序。法律对此规定了相应的民事责任和行政责任，并对特定条件的下违法行为人构成犯罪应负刑事责任作出了原则规定。这类案件较为复杂，不管是调查取证、法律文书的撰写和各项诉讼程序，都有较强的专业性，建议委托知识产权专业律师进行代理。

北京市知识产权经典案例			
时间	案件名称	案件类型	关键词
2011年	“360隐私保护器”不正当竞争案	不正当竞争纠纷	互联网、竞争关系、竞争法的边界
	诗歌《见与不见》著作权案	侵犯著作权纠纷	博客作品、证据搜集
	非遗“安顺地戏”署名权案	侵犯著作权纠纷	非物质文化遗产、民间文学艺术、司法保护
	“如意”火炬储气罐阀门专利权案	侵犯实用新型专利纠纷	技术方案的界定
	百度MP3搜索侵犯信息网络传播权案	侵犯著作权纠纷	网络盗版、调解
	“开心网”商标侵权及不正当竞争案	不正当竞争纠纷	网站名称、知名商品特有名称
	“方正倩体字库”著作权案	侵犯著作权纠纷	字库、字库单字、商业化使用、著作权保护
	“中超”商标异议行政案	商标异议行政纠纷	名称简称、商标
	“鸟巢”演化著作权案	侵犯著作权纠纷	建筑作品、著作权保护、跨类保护
	“杰克·琼斯”商标侵权案	侵犯注册商标专用权纠纷	仿冒商标、域名侵权、假冒官网
2012年	“宝马”商标侵权及不正当竞争案	侵犯注册商标专用权 不正当竞争纠纷	法定赔偿额的突破、民事制裁措施
	韩寒诉百度文库侵害著作权案	侵犯著作权纠纷	信息网络传播权、帮助侵权
	《次仁卓玛》摄影作品著作权案	侵犯著作权纠纷	摄影作品改编权
	“舟山带鱼”证明商标案	侵犯注册证明商标权纠纷	证明商标的保护、合理使用的范围
	两个“途牛”商标侵权及不正当竞争案	侵犯注册商标专用权 不正当竞争纠纷	注册商标、企业名称、搭便车
	保鲜盒“容器盖”发明专利权侵权案	侵犯发明专利纠纷	销售商帮助侵权
	微软软件著作权案	侵犯著作权纠纷	计算机软件终端用户侵犯著作权
	“狼蛛（Tarantula）”魔术作品著作权案	侵犯著作权纠纷	魔术作品、内涵、保护范围
	第九套广播体操著作权案	侵犯著作权纠纷	体育动作、功能性肢体动作、思想观念
	“法国公鸡”商标侵权案	侵犯注册商标专用权纠纷	团购网站、销售者属性、审查义务、法律责任
2013年	“钱钟书书信手稿拍卖”诉前禁令案	诉前禁令纠纷	著作人格权、临时禁令
	“金骏眉”商标异议复审案	商标异议行政纠纷	商品通用名称、认定方式
	“不锈钢选择发明”专利权无效案	专利无效宣告行政纠纷	创造性、判断方法
	“北大附中”商标侵权及不正当竞争案	侵犯注册商标专用权 不正当竞争纠纷	房地产开发商、名校分校、宣传
	“窦骁演艺合同”纠纷案	演出经纪合同纠纷	演出经纪合同、解除权
	“小悦城”商标权及不正当竞争案	侵犯注册商标专用权纠纷	楼盘名称、商标性使用
	“谷歌数字图书馆”著作权案	侵犯著作权纠纷	合理使用、判断标准
	温控器元件侵犯专利权案	侵犯发明专利纠纷	制造、销售专利产品之专用零部件行为；间接侵权；共同侵权
	北冰洋商标权案	商标许可纠纷	商品质量、商标许可使用
	胡某等销售假冒注册商标的商品刑事案	销售假冒注册商标商品纠纷	现场勘验、价格鉴定、听取诉讼各方意见

上海市知识产权经典案例			
时间	案件名称	案件类型	关键词
2011年	肖华销售假冒“The North Face”“Columbia”注册商标服装案	假冒注册商标纠纷	侵权服装、假冒注册商标
	呼吸保护器系列专利侵权纠纷案	专利侵权纠纷	过滤式面罩、侵犯专利权
	上海隐志网络科技有限公司擅自通过信息网络向公众提供他人作品和录音录像制品案	侵犯信息网络传播权纠纷	美国电影协会、网络传播权、影视作品
	张家港市金都针织制衣有限公司出口侵犯“JUICY”等商标专用权服装案	侵犯商标专用权纠纷	侵犯商标专用权、服装贴牌销售
	卢湾分局侦破“12.15”生产、销售假药案	生产销售假药纠纷	租借摊位、假药批发销售
	姜洪军、姜大国通过网络销售假冒“LV”等驰名商标案	销售假冒驰名商标产品	假运输、跨省制造、批发销售
	衣念（上海）时装贸易有限公司诉浙江淘宝网络有限公司、杜国发侵害商标权纠纷案	侵犯商标权纠纷	利用网络服务实施商标侵权行为
	上海玄霆娱乐信息科技有限公司诉北京百度网讯科技有限公司等侵犯著作权纠纷案	侵犯著作权纠纷	网站复制涉诉作品、盗链接地址
	庄则栋、佐佐木墩子诉上海隐志网络科技有限公司侵害信息网络传播权纠纷案	侵犯信息网络传播权纠纷	未经授权上传有声读物至网络
2012年	岳某与周立波网络域名权属纠纷案	网络域名权属纠纷	驳回诉讼请求、而已抢注域名
	温某等人制作、销售侵犯《上海旅游交通图》等著作权作品案	侵犯著作权纠纷	侵犯著作权罪、跨省际犯罪
	陈某销售假冒“纽崔莱”等注册商标的商品案	假冒注册商标纠纷	电子商务打假
	谢某销售侵犯“BURBERRY”等注册商标专用权商品案	侵犯商标专用权纠纷	销售假冒注册商标商品、国际知名品牌
	天长市佳华电子有限公司出口侵犯“LG”等注册商标专用权商品案	侵犯注册商标专用权纠纷	案值较高、侵权商品数量巨大
	汉门（上海）电子工业有限公司侵犯PRO/E计算机软件著作权案	侵犯软件著作权纠纷	未经许可复制安装软件
	浙江道明反光材料有限公司侵犯“逆反射制品及其制造方法”发明专利权案	侵犯发明专利权纠纷	证据缺乏关联性、鉴定材料来源不明
	上海新龙牌电动工具有限公司侵犯“岩层钻具”发明专利权案	侵犯发明专利权纠纷	“岩层钻具”、缺席审理
	张某等人假冒“卡拉威”等注册商标案	假冒注册商标纠纷	假冒注册商标体育用品、产业化经营假冒产品
2013年	朱某、欣澜公司等侵犯商业秘密案	侵犯商业秘密纠纷	原法定代表人、违法保密协议
	央视国际网络有限公司诉上海全土豆文化传播有限公司侵犯作品信息网络传播权民事纠纷案	侵犯信息网络传播权纠纷	网络作品信息
	株式会社倍乐生诉广东泰茂食品有限公司、小桂（上海）食品有限责任公司等侵犯著作权民事纠纷案	侵犯著作权纠纷	卡通形象作品、美术作品著作权
	上海华春国际贸易有限公司、芜湖市东盛兴进出口有限公司假冒“Danfoss”商标温控器行政处罚案	假冒注册商标纠纷	系列侵权
	亿曼公司侵犯“汇丽”注册商标专用权行政处罚案	侵犯注册商标专用权纠纷	注册近似商标
	邦信上海分公司以虚假宣传招徕商标代理业务不正当竞争案	不正当竞争纠纷	虚假宣传、商标代理业务
	上海德珂斯机械自动化技术有限公司侵犯计算机软件著作权案	侵犯软件著作权纠纷	软件著作权
	刘某假冒“UL”、“RU图形”证明商标刑事案	假冒证明商标纠纷	证明商标、假冒注册商标罪
	吴某等侵犯商业秘密刑事案	侵犯商业秘密纠纷	互联网公开披露商业秘密
2013年	石某某等侵犯软件著作权刑事案	侵犯软件著作权纠纷	打假、淘宝电商销售侵权产品

广州市知识产权经典案例			
时间	案件名称	案件类型	关键词
2010年	拉科斯特股份有限公司诉广州市某某皮具服饰有限公司侵犯商标专用权纠纷案	侵犯商标权纠纷	超出授权范围、商标标识近似
	镛記酒家集团有限公司诉广州某某餐饮有限公司侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷案	侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷	傍名牌、跨法域
	腾讯科技（深圳）有限公司诉广东某某信息科技有限公司侵犯计算机网络域名及不正当竞争纠纷案	侵犯著作权及不正当竞争纠纷	域名的归属、侵权行为实施者认定
	袁根本诉中国某隧道集团有限公司侵犯专利权纠纷案	侵犯专利权纠纷	专利技术领域、专利保护范围
	倪海厦诉广州市某某网络科技有限公司侵犯信息网络传播权纠纷案	侵犯著作权纠纷	域外著作权同等保护原则
	摩托罗拉公司诉罗某某侵犯注册商标专用权纠纷案	侵犯商标权纠纷	网络侵权、假冒注册商标
	广州市喀什图制衣有限公司诉广州市某某服装有限公司、朱某某侵犯著作权系列纠纷案	侵犯著作权纠纷	美术作品、实际或可能接触
	东莞市泰君保健食品有限公司诉王某某、东莞市某贸易有限公司不正当竞争纠纷案	不正当竞争纠纷	合法来源抗辩、合理注意义务
	北京先行新机电技术有限责任公司诉广州某电气股份有限公司侵犯发明专利权纠纷案	侵犯专利权纠纷	专利保护范围司法认定、专利无效审查标准
	老凤祥股份有限公司诉广州市白云某商场、苏某某侵犯注册商标专用权纠纷案	侵犯商标权纠纷	合法来源抗辩、利益平衡原则
2011年	路易威登马利蒂（Louis Vuitton Malletier）诉广州市某皮具制品有限公司、被告李某某侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷系列案	侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷	商标近似、虚假宣传
	法国德莱夫股份有限公司诉广州某剧院管理有限公司、被告浙江某有限公司侵害发明专利权纠纷案	侵犯专利权纠纷	技术相同、技术等同
	方大集团股份有限公司诉某电工（中国）有限公司侵害“可伸缩的承载连接装置”、“接地支承装置”实用新型专利权纠纷系列案	侵犯专利权纠纷	现有技术抗辩、公开使用
	广东东鹏陶瓷股份有限公司诉佛山市某陶瓷有限公司等侵犯“一种立体孔洞装饰陶瓷砖的制备方法及其产品”发明专利权纠纷案	侵犯专利权纠纷	方法特征、独立权利要求
	（美国）微软公司诉某知名地产公司侵害计算机软件著作权纠纷案	侵犯著作权纠纷	诉前证据保全
	刘某某诉丘某某、丁某某等侵害外观设计专利权及侵害著作权纠纷系列案	侵害外观设计专利权	创意、著作权、外观专利权
	奥飞动漫商标、专利系列案	侵犯专利权及商标权	个体工商户
	广东省广告股份有限公司诉福建某设计顾问有限公司确认不侵犯注册商标专用权纠纷案	侵犯商标权纠纷	注册商标和企业名称权利冲突、不侵犯商标权确认之诉
2013年	阿尔弗莱德凯驰股份公司诉温州某清洗机械有限公司、广州某清洁设备有限公司侵害著作财产权纠纷案	侵犯著作权纠纷	实用物品、艺术性、实用艺术作品
	上诉人（原审原告）山东民安农牧有限公司与被上诉人（原审被告）广州市食尚国味餐饮管理有限公司黄石分公司不正当竞争纠纷一案	不正当竞争纠纷	伪造产地、虚假表示
	上诉人（原审被告）广东科力发展有限公司与被上诉人（原审原告）上海易可玛喷印技术有限公司诉侵害计算机软件作品著作权纠纷一案	侵犯著作权纠纷	举证责任分配、计算机软件作品的比对方法
	微软公司（Microsoft Corporation）与广州锦兴纺织漂染有限公司侵害计算机作品著作权纠纷及滥用市场支配地位纠纷系列案件	侵犯著作权纠纷	产品定价、滥用市场支配地位
	原告王轶诉被告广州百佳超级市场有限公司中华广场分店、广州百佳超级市场有限公司侵害商标权纠纷一案	侵犯商标权纠纷	超市及商场类服务项目、诚实信用原则、商业道德
	原告王永涛诉被告广东掌中万维电子有限公司著作权侵权纠纷一案	侵犯著作权纠纷	避风港原则、审查和注意义务
	原告美心食品有限公司诉被告梁嘉超、广州市美糕餐饮企业管理有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷一案	侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷	竞争关系、虚假宣传
	原告华盖创意（北京）图像技术有限公司诉被告广大欧派家居集团有限公司、北京微梦创科网络技术有限公司侵犯信息网络传播权一案	侵犯著作权纠纷	微博转发、合理注意义务
	完美（中国）有限公司诉被告紫星信息技术有限公司侵犯注册商标专用权纠纷一案	侵犯商标权纠纷	团购网站、网络销售
	香港周六福珠宝国际集团有限公司诉广州周百福珠宝有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷一案	侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷	在先使用、知名商品的特有名称

深圳市知识产权经典案例			
时间	案件名称	案件类型	关键词
2011年	原告蔡骏诉被告深圳市宜搜科技发展有限公司侵害著作权案	侵害著作权纠纷	手机联网传播侵权
	原告王建华诉被告深圳市腾讯计算机系统有限公司侵害著作权案	侵害著作权纠纷	匿名博客、信息存储空间服务商
	原告中兴通讯股份有限公司诉被告爱立信（中国）有限公司、爱立信（中国）通信有限公司、南京爱立信熊猫通信有限公司侵害专利权案	侵害专利权纠纷	/
	原告深圳市优比速快递有限公司、黄居群诉被告优比速包裹运送（广东）有限公司及深圳分公司侵害注册商标权及不正当竞争纠纷案	侵害注册商标权及不正当竞争纠纷	反向混淆
	原告大西洋饮料股份有限公司诉被告广东健力宝集团有限公司等侵害商标权案	侵害商标权纠纷	商标合理使用
	原告深圳市博峰电子有限公司诉被告深圳市唐信科技有限公司侵害技术商业秘密案	不正当竞争纠纷	破解、著作权、侵犯商业秘密
	被告人常健侵犯商业秘密罪案	侵犯商业秘密罪	网络平台发布广告、推销侵权软件
	被告人褚振国等侵犯著作权罪案	侵犯著作权罪	未经许可、发行计算机软件
	被告人丁浩等19人犯假冒注册商标罪案	假冒注册商标罪	假冒注册商标
	被告人屈乾文侵犯商业秘密罪案	侵犯商业秘密罪	窃取技术
2012年	深圳市赛百诺基因技术有限公司诉彭某某、张某某、朱某某专利权属纠纷案	专利权属纠纷	国际专利申请权、国际专利权
	迈瑞公司与理邦公司侵害发明专利权纠纷案	侵害专利权纠纷	专利技术特征相同或者等同认定
	原告乐视网信息技术（北京）股份有限公司诉深圳市深迪数码科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷	侵害著作权纠纷	三网融合、侵权主体认定
	惠尔迅科技有限公司诉深圳市有害生物防治协会横向垄断协议纠纷案	不正当竞争纠纷	行业协会、横向垄断协议
	杨某诉深圳市腾讯计算机系统有限公司、支某侵害外观设计专利权纠纷案	侵害专利权纠纷	网络交易平台提供商、注意义务
	原告美国凯讯杰科技公司诉被告深圳市兴鼎业科技有限公司侵犯著作权纠纷案	侵害著作权纠纷	在先著作权、在后申请注册商标
	张某强等销售假冒“茅台”注册商标的商品罪	假冒注册商标罪	主观状态、销售金额
	燕某非法架设、运营网络游戏私服牟利侵犯著作权罪	侵犯著作权罪	非法经营罪与侵犯著作权罪竞合
	“优米商城”售假案	假冒注册商标罪	网络销售、共同犯罪
	深圳市龙岗区文体旅游局申请对庄某某强制执行案	强制执行纠纷	行政处罚、强制执行
2013年	陈某某诉市监局福田分局行政处罚案	行政复议纠纷	商标侵权、行政处罚
	陈某某诉腾讯软件著作权许可使用合同纠纷案	著作权许可使用合同纠纷	QQ号码、所有权
	米兰站（香港）有限公司诉深圳市米兰站商贸有限公司侵害商标权及反不正当竞争纠纷案	侵害商标权及反不正当竞争纠纷	企业字号、商标标识、攀附
	贺某某假冒注册商标案	假冒注册商标罪	非法经营额、主从犯
	凯迪亚公司、刘某某、杜某与索尼爱立信公司侵害商标权案	侵害商标权纠纷	公司经营行为、职务行为
	优朋普乐公司与深圳招商国旅侵害作品信息网络传播权纠纷案	侵害著作权纠纷	ICP备案主体、互联网侵权人
	快播公司侵害信息网络传播权纠纷案	侵害著作权纠纷	搜索功能、注意义务
	大班冰皮不正当竞争案	不正当竞争纠纷	内包装装潢、商业标识意义、混淆
	赛博威视诉赛博优视商业诋毁纠纷案	不正当竞争纠纷	捏造、散布虚假事实、诋毁其商誉
	张某某侵犯商业秘密罪案	侵犯商业秘密罪	不正当手段、市场价值

如何获得高睿律师每天发布的精选文章？



企业法律智慧

该账号致力于为企业家提供投融资、公司控制、资产保护、劳动人事、合同管理、知识产权、危机应对、公司重组等企业经营管理的法律解决方案。与您分享法律智慧，共同提升商业价值。



公民法律智慧

该账号该账号致力于为大家解答婚姻家庭、劳动保障、投资买卖、医疗、交通、消费、旅游、人身等日常法律问题，提供专业法律意见和帮助。与您分享法律智慧，共创美好生活。



广东法商精英圈

该账号该账号致力于打造银行家、企业家、律师、会计师、税务师等社会精英人士的微信圈，聆听专业人士解读国家政经形势，解答疑难问题。与您分享法商智慧，共创法治明天。

快用微信扫一扫，最新资讯随手可得！