

知识产权海外风险 预警专刊

2025年12月·总第80期

中国保护知识产权网

目 录

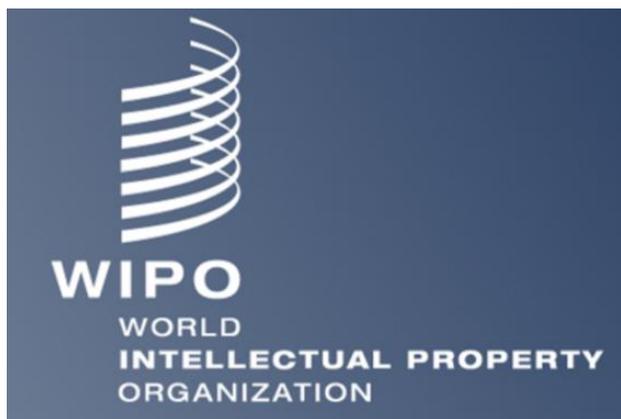
国际组织	5
世界知识产权组织宣布主要标准必要专利持有人向物联网中小企业承诺提供调解服务	5
WIPO 报告详述消费者对知识产权认知的变化	6
欧洲专利局与欧洲药品协会首次举办双边会议	8
欧洲专利局现已接受彩色和灰色专利附图	8
INTA 就作为集体商标申请提交的地理标志相关案件提交法庭之友意见书	9
美国	10
美国贸易代表办公室要求征询 2026 年特别 301 知识产权审查意见	10
美国商会敦促特朗普重新聚焦药品定价工作	11
美国最高法院批准副检察长参与互联网服务提供商考克斯版权案的动议	13
美国商标在人工智能时代中所面临的风险：如何应对侵权、淡化与通用化	14
美国专利商标局批准匿名申请人提出针对 Netlist 专利的单方复审请求	17
美国专利商标局提醒审查员和申请人审慎考虑并使用适格性声明	18
美国专利商标局启动数据驱动质量计划以解决偏差最大的领域	19
《诉讼透明度法案》在美国众议院遭遇阻碍	20
美国正在加快推进一项旨在改变国会图书馆和版权局负责人任命规则的法律	21
美国和亚洲企业占据统一专利法院绝大多数重大侵权案件，反映出欧盟在创新领域的薄弱环节	22
美国参议院知识产权小组委员会听取有关广播表演者补偿提案的证人意见	24
美国联邦巡回上诉法院在科达诉固特异轮胎的商业秘密侵权案中作出先例裁决	25
美国联邦巡回上诉法院推翻专利审判与上诉委员会维持 Nobots 公司专利主张的裁决，谷歌胜诉	26

声音也是人格权的一部分：从莱尔曼案和印度名人身上学到的经验	27
云闪付告知美国政府：外国的网站屏蔽措施正成为数字贸易壁垒	30
欧盟	32
欧盟理事会与议会就欧盟药品法规一揽子方案达成协议	32
欧盟委员会承认反盗版建议在体育赛事直播盗版方面影响有限	32
EUIPO 新研究：盗版网站上的主要品牌广告激增 567%	35
欧盟知识产权局推出商标早期筛查系统	37
慕尼黑第一地区法院 2025 年新受理专利案已突破 275 件，较去年总量增长 20%	38
统一专利法院认定宣传医疗器械 CE 标志构成“即将发生侵权”的证据	38
标准必要专利持有人迫使欧洲统一专利法院与英国等法院展开有关 FRAND 费率的竞争	39
柏林交通公司起诉欧盟知识产权局：一项超越旋律本身的声音商标判决	41
彪马与 CMS Italy 一案中的“最佳情境”原则	43
德国法兰克福高等法院裁决支持雇主在发明人报酬问题上的立场	44
晶澳与正泰的专利纠纷案件因 UPC 裁决出现转机	45
英国	46
专家称英国新指南或将推动国民医疗服务体系创新	46
英国对应商标持有人面临“使用或丧失”的商业风险	47
土耳其	48
土耳其专利法与统一专利法院之间的趋同现象	48
如何在土耳其开展酒精类产品的品牌建设与营销工作	49
土耳其软件与人工智能创新的保护问题：版权、专利与商业秘密	51
尼日利亚	53
尼日利亚海关与食品药品监督管理局开展的知识产权执法工作：保护人们的品牌	53

尼日利亚的商标撤销程序.....	55
尼日利亚的建筑作品与知识产权法律.....	57
加拿大.....	61
加拿大专利权利要求中的示例或可选要素.....	61
加拿大广播电视和电信委员会为视听广播内容制定新的加拿大元素定义.....	67
加拿大风格的品牌营销：这到底意味着什么？.....	68
加拿大期待已久的艺术家二次销售权：政策变动及重要性解析.....	70
露露乐蒙注册新商标以应对仿制品.....	71
“坚强与自由”与阿尔伯塔省：当车牌驶入商标纠纷.....	72
其他.....	73
日本政府考虑完善仿制药专利链接制度的可能性.....	73
越南人工智能生成歌曲的知识产权保护难题：保护、责任与音乐法的未来.....	75
卡塔尔首次开放工业品外观设计与实用新型的申请.....	77
伊朗已正式递交《斯特拉斯堡协定》和《维也纳协定》的加入文书.....	78
非洲地区与国际商标注册体系：来自坦桑尼亚的警示案例.....	78
法国商标争议为欧盟法官提供法律澄清机会.....	79

国际组织

世界知识产权组织宣布主要标准必要专利持有人向物联网中小企业承诺提供调解服务



背景

世界知识产权组织（WIPO）仲裁与调解中心具备调解全球标准必要专利（SEP）/公平、合理和非歧视性（FRAND）条款争议的能力。虽然统一专利法院（UPC）将于 2026 年通过其专利调解与仲裁中心（PMAC）提供调解服务，但该机制是否适用于 UPC 管辖范围之外的案件仍不明确。即便在《统一专利法院条例》（BSH）框架下，法院仍受《统一专利法院协定》（UPCA）约束。

最新进展

WIPO 发起新倡议，推动主要 SEP 持有人向销售制造物联网设备的小微企业承诺，将通过调解解决 SEP 许可谈判中的僵局。签署该承诺后，SEP 持有人承诺在针对物联网中小企业提起诉讼或采取同等行动（如有）之前，将主动提出与该中小企业进行保密调解，以解决双方在 SEP 许可条款上的僵局。诺基亚、高通、爱立信和华为等企业成为首批签署方（2025 年 11 月 20 日 WIPO 调解承诺书）。

直接影响

若调解提议获得接受，SEP 持有人在调解期间将不会对物联网中小企业提起诉讼。此项承诺的前提是：物联网中小企业（或其代理实体）在接受调解提议前未对 SEP 持有人提起诉讼或采取同等法律行动，且双方同意在调解期间互不启动此类行动。

此为 9 月世界知识产权组织（WIPO）主办的 SEP 会议的首项成果。多家签署方已发表声明，诺基亚表示希望该承诺能为担忧物联网中小企业卷入 SEP 诉讼的各方提供“保障”。高通则指出该承诺是“符合常识的承诺”，体现了公司“对公平的坚持”，并支持创新的持续发展。

更广泛的影响

与现已废止的欧洲 SEP 法规相似，英国政府提出的 FRAND 费率制定倡议（2025 年 7 月 15 日 ip fray 文章）正促使倡导者强调中小企业的作用。但通过该机制，主要 SEP 持有人正试图向政策制定者表明：无需额外干预。

WIPO 的承诺声明指出，除非各方另有约定，SEP 持有人的调解提议须符合以下条件：

- 1、调解程序应遵循 WIPO 调解规则提交。
- 2、SEP 专利权人须给予物联网中小企业 30 天接受调解提议的期限，逾期提议失效。专利权人可附加条件要求调解须在提议接受后 6 个月内完成。
- 3、SEP 专利权人与物联网中小企业承诺，将依据公认的商业惯例，向调解员提供与 FRAND 条款下拟议许可协议的谈判和达成相关的必要信息。若保密义务限制在调解过程中直接向调解员及/或另

一方披露信息，持有保密信息的一方应同意与调解员协作尝试提供必要信息，但任何一方均不得因此被要求违反保密义务。

4、专利权人应根据 WIPO 的《调解费用和成本表》支付调解员费用及行政费用的三分之二，但该金额应符合公认商业惯例，以合理且相称的数额为上限。

主要 SEP 持有者的评论

诺基亚知识产权与标准事务主管阿德里安·豪斯（Adrian Howes）表示，他“自豪地宣布诺基亚支持该承诺”。他补充道：“我们期待中小企业能从物联网连接标准（如 5G）的发展中受益匪浅。尽管目前尚无证据表明中小企业会遭遇 SEP 诉讼，但考虑到物联网的巨大潜力，我理解某些领域的担忧。因此我强烈呼吁其他标准必要专利持有者加入爱立信、华为、诺基亚、高通和 Sisvel 的行列，共同支持 WIPO 的物联网中小企业承诺。调解是帮助各方

解决争议的有效工具。过去几年间，诺基亚通过调解解决许可纠纷的实践成效显著。”

与此同时，高通总法律顾问安·查普林（Ann Chaplin）表示：

“专利制度对全球创新具有至关重要的推动作用，无论对大型企业还是小型企业皆然。我们支持建立这样的体系：无论企业规模大小，都能获得创新激励并实现投资回报。WIPO 物联网中小企业调解承诺是一项符合常识的承诺，体现了我们对公平的坚持，并支持创新的持续发展。”

华为欧洲知识产权部负责人李迪伦（Dylan LI）作出如下回应：

华为致力于帮助中小企业获取 SEP 许可，使其能够专注于物联网领域的创新与发展。我们始终以来以开放负责的态度，致力于构建公平平衡的生态系统，推动产业可持续发展。

（编译自 ipfray.com）

WIPO 报告详述消费者对知识产权认知的变化

世界知识产权组织（WIPO）报告总结称，尽管消费者总体上仍相信知识产权具有经济效益，但不同地区的认知存在差异，其中美国消费者和西欧国家的认同度出现显著下降。



世界知识产权组织（WIPO）近日发布了其第二期《WIPO Pulse》综合调查报告，标题为《WIPO Pulse 2025 年全球知识产权认知调查》。基于 2025 年 2 月 20 日至 4 月 25 日期间对全球 74 个国家及地区（覆盖全球约 80% 的 18 岁至 65 岁目标人口）3.55 万名

受访者的调研数据，深入分析公众对知识产权的整体认知与态度。

报告考察了公众对专利、外观设计、商标、版权和地理标志五大基本知识产权类型的认知与看法，从而更全面地揭示了全球不同地区人群对知识产权制度及其经济与社会影响的理解程度。

认知演变与地区差异

根据调查，自 2023 年以来，公众对五大知识产权的认知度均显著提升，其中对商标和版权的认知增长最为明显。

报告显示，版权认知度达到最高水平，为 44%，较 2023 年的 38% 有所上升；商标认知度从 30% 上升

至 36%。

亚太地区青年和女性群体对各类知识产权的认知均有所提高；

西欧及其他国家青年认知度有所提升，而东欧国家出现下降；

拉丁美洲和加勒比地区的数据呈现分化：青年对专利和商标的熟悉度下降，但女性群体保持稳定；

在非洲国家，青年和女性的认知度出现下滑，尤其在外观设计和版权方面。

创新与知识产权保护产品认知的变迁

关于知识产权保护产品的认知已逐渐涵盖多元化的消费体验。此外，非洲国家日益认识到专利和地理标志等知识产权保护产品的价值。

在亚太地区，整体观念发生了更广泛的转变，数据显示该地区对知识产权保护产品的认知呈现下降趋势。调查同时发现，该地区消费者认为数字通信创新尤为有益。

此外，该报告还指出，东欧国家对知识产权的消费者认知度出现中度下滑。相比之下，拉丁美洲和加勒比地区观点分化：对专利产品高度认可，但对外观设计产品价值的认同度有所下降。

根据调查数据，西欧及其他国家对商标和版权持更积极态度，但对外观设计保护产品的怀疑态度日益增强。

对知识产权经济作用的信心

全球各地区普遍对知识产权的积极经济作用保持高度信心，同时对其负面影响的认知有所减弱，尤其是在西欧和亚太国家。

尽管西欧及其他国家的信心水平出现明显下降，但全球范围内对知识产权优势的信心依然强劲。亚太地区消费者对知识产权经济益处的信任度达到最高水平。

尽管整体信心持续存在，但根据报告，日本、新加坡和韩国等国家的认同度相对较低。值得注意

的是，与 2023 年相比，2025 年日本消费者对知识产权积极经济影响的信心有所提升。

人口统计洞察：女性与青年群体

调查显示，对女性与青年群体的分析揭示了知识产权参中的机遇与挑战。尽管亚太地区推动了全球知识产权认知的整体提升，但数据表明该地区的青年和女性群体关于知识产权的知识水平也有所增长。

此外，与其他地区相比，东欧国家的女性在专利、版权和地理标志方面的认知指数最高，尽管这一群体对商标和版权的认知度有所下降；然而，东欧国家青年对知识产权的熟悉度呈现下降趋势。

在非洲国家，调查结果显示女性和青年群体对外观设计和版权的认知评分有所下降。与此同时，非洲国家的女性和青年对专利产品展现出日益乐观的态度，而亚太地区女性对此的认知度则呈下降趋势。

对专利产品信心最低的群体仍集中在西欧及其他国家的女性和青年，以及东欧国家的女性与青年。

创新效益与挑战

报告还指出，“全球五大区域的消费者普遍认为，‘数字通信’领域的创新带来的效益最为显著，其次是‘食品与营养’、‘家用电器’和‘计算机技术’。”在西欧国家及其他地区，消费者报告称，在所有被调查领域中，对创新效益的认知水平均有所下降，这一趋势主要是由美国消费者推动的。

尽管消费者普遍认同知识产权对经济具有积极作用，但也认识到这可能为中小企业带来障碍以及对垄断的担忧。自 2023 年以来，西欧及其他国家认为知识产权相关障碍对本国经济造成影响的观点有所减少，这主要归因于美国消费者的态度转变。

与上一次调查相比，非洲国家对知识产权的担忧有所增加，这是由于埃及、莫桑比克和安哥拉消费者的认同度显著提升。

下所取得的进展，并已通过《EPO 官方期刊》发布的通知正式对外公布。

根据这份通知，人们现可通过获得认可的电子提交平台以电子方式提交彩色或灰色的专利附图。传统的黑白附图仍然可被接受，混合提交（同时包含彩色和黑白附图）也同样被允许。然而，说明书、权利要求书和摘要仍只能以黑白格式提交。

欧洲专利申请要求

申请人还应注意以下程序性事项：

申请的译文必须按照与原提交件完全相同的格式（彩色、灰色或黑白）复制附图。

当根据《专利合作条约》（PCT）提交的申请进

入欧洲阶段时，只有在相应版本在世界知识产权组织的 PATENTSCOPE 接口上可查且在国际公开中被引用的前提下，EPO 才会使用彩色或灰色附图。

在 2025 年 10 月 1 日或之后提交的、包含彩色或灰色附图的欧洲专利申请，将以相同格式在线公开和提供。同样，基于此类申请授予的欧洲专利也将以彩色或灰色公开。

这一变更提升了专利附图的视觉保真度和技术准确性，尤其是在生命科学、化学和工程等领域，同时维护了欧洲和国际专利体系的法律确定性和程序一致性。（编译自 www.mondaq.com）

INTA 就作为集体商标申请提交的地理标志相关案件提交法庭之友意见书

欧盟立法者已在《欧盟商标条例》第 74 (2) (2) 条中明确规定，非集体商标所有人（即生产者团体成员）的外部人员可在符合诚实惯例的情况下使用该地理标志。



国际商标协会（INTA）已就第一上诉委员会（First Board of Appeal）在 R1946/2024-1 号案件（Salva Cremasco 案）中于 2025 年 7 月 7 日作出的临时裁决的移交问题，向欧盟知识产权局（EUIPO）扩大上诉委员会（Grand Board）提交了一份法庭之友简报（第三方观察意见书）。

该案件涉及某标志的可注册性，该标志的使用需符合受保护原产地名称（PDO）“Salva Cremasco”的要求，该名称已由欧盟委员会注册为 PDO。EUIPO

最初根据《欧盟商标条例》（EUTMR）第 76 (2) 条驳回了该申请，主要理由是：该标志作为集体商标可能误导公众。具体而言，EUIPO 认为，根据法律规定，非 Salva Cremasco PDO 注册所有人（即生产者协会成员）的外部人员，只要其使用符合产品规范，亦可依法使用该地理名称，此类使用与集体商标的性质（即保证产品来源于生产者协会的集体商业来源）不一致。

INTA 提出以下立场：

欧盟法律体系允许地理名称由欧盟委员会注册为受保护地理标志（PGI）或 PDO，同时也可由 EUIPO 注册为欧盟集体商标。这两套法律体系均规定生产者团体可申请相应保护，但也允许非相关生产者团体成员的外部人员在符合地理标志产品规范及诚实惯例的前提下使用该地理名称。因此，EUIPO

已允许在欧盟委员会注册为 PGI 或 PDO 的产品平行注册为欧盟文字集体商标，例如摩德纳香醋（Aceto Balsamicodi Modena）、德累斯顿圣诞蛋糕（Dresdner Christstollen）、哈罗米奶酪（Halloumi）、马德拉酒（Madeira）、帕尔玛火腿（Prosciutto di Parma）、阿利坎特牛轧糖（Turrón de Alicante）以及蒙特普尔恰诺贵族葡萄酒（Vino Nobile di Montepulciano）等。

欧盟立法者已在《欧盟商标条例》第 74（2）（2）条中明确规定，非集体商标所有人（即生产者团体成员）的外部人员可在符合诚实惯例的情况下使用该地理标志。特别是，若外部人员有权使用使用该地理名称时，欧盟立法者为化解地理来源标识与商业来源标识之间的冲突，已明确接受集体商标作为商业来源标识原则的例外情形。

因此，当涉及地理标志和名称的集体商标时，根据争议决定援引的《欧盟商标条例》第 76（2）条驳回理由不适用，因为这与欧盟立法者允许生产者团体将地理标志注册为集体商标的立法目的相违背。欧盟立法者并不要求所有有权使用地理标志的生产者或商业参与者必须加入生产者团体。

《欧盟商标条例》第 74（2）（1）和（2）条适用于《欧盟商标条例》第 4 条定义下的所有标志，因此既适用于文字标志，也适用于图形标志，且二

者之间不作区分。因此，不应适用不同标准。

因此，EUIPO 必须对作为文字的地理标志与与图形相关联的地理标志一视同仁，且不能以根据《欧盟商标条例》第 76（2）条可能具有误导性为由驳回涉案集体商标申请，因为这可能被视为未履行其表明协会成员身份的基本功能。

最后，平等对待和合理行政原则要求 EUIPO 对作为欧盟集体商标的地理标志申请采取统一的处理标准，无论该地理名称是作为文字集体商标还是图形集体商标提交的。

关于 INTA

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

（编译自 www.inta.org）

美国

美国贸易代表办公室要求征询 2026 年特别 301 知识产权审查意见

美国贸易代表办公室正征集公众意见并举行听证会，以制定 2026 年特别 301 报告，该报告旨在识别拒绝提供充分知识产权保护和公平市场准入的美国贸易伙伴。



美国贸易代表办公室（USTR）已邀请公众提交意见并安排听证会，以开展年度特别 301 审查，旨在“识别未能充分有效保护知识产权（IP）的国家”。相关方提交材料的截止日期为 2026 年 1 月 28 日。

2025 年 12 月 11 日，USTR 发布公告，征求评论、公开听证会出席意向通知及听证会陈述，以进行其 2026 年特别 301 审查。如下文详述，特别 301 报告对于识别未能充分保护美国利益相关方知识产权及市场准入的国家至关重要。

《1974 年贸易法》第 182 条（即“特别 301 条款”）要求 USTR 评估美国贸易伙伴是否为依赖知识产权保护的美人士提供：（1）充分有效的知识产权保护；（2）公平公正的市场准入。USTR 将未能达标的贸易伙伴列入“重点观察名单”或“观察名单”，以加强双边关注。采取最严重行动或政策的国家将被认定为“重点外国国家”，触发特别 301 条款下的调查及其他应对措施。该办公室还将特别提到了任何影响出版、电影、音乐等“文化产业”的加拿大政策或行动。

2025 年 4 月 29 日发布的《2025 年特别 301 报

告》将 26 个国家列入重点观察名单和观察名单。尽管由 USTR 主持的特别 301 小组委员会收到了关于 100 多个国家的意见，但该小组委员会主要关注那些在响应其公开征询意见通知时提交书面材料所指认的国家。

2026 年特别 301 报告定于 2026 年 4 月 30 日前后发布。特别 301 小组委员会将综合多方信息来源开展审查，其中公众意见将成为关键依据。为此，USTR 邀请相关方提供具体信息，指明那些无法充分有效保护知识产权或市场准入的具体行动与政策。USTR 鼓励各方援引具体法律文书，并酌情突出区域性或次国家层面的问题领域。此外，若提交材料涉及建议审查国家，需包含数据、损失估算及经济损害信息，包括估算方法论依据。

相关方可出席特别 301 小组委员会于 2026 年 2 月 18 日召开的公开听证会并作口头陈述。非外国政府的书面材料提交、听证会出席通知及听证陈述截止日期为 2026 年 1 月 28 日。作证方可在 2026 年 2 月 25 日前提交听证补充意见。

关键点

USTR 正征集公众意见并举行听证会，以制定 2026 年特别 301 报告，该报告旨在识别拒绝提供充分知识产权保护和公平市场准入的美国贸易伙伴。鉴于《特别 301 报告》对美国知识产权保护贸易政策的重要性，以及 USTR 强调需获取公众相关信息，面临知识产权风险或市场准入壁垒的企业应考虑提交意见并参与审查流程。

（编译自 www.jdsupra.com）

美国商会敦促特朗普重新聚焦药品定价工作



美国商会（GIPC）全球创新政策中心（GIPC）呼吁美国总统唐纳德·特朗普（Donald Trump）重新考虑其关于美国药品“最惠国（MFN）”定价的行政令，该中心表示，此举“将危及那些能够使美国成为生命科学领域全球领导者的创新”。

在 GIPC 最新的博客文章中，其高级副总裁、全球创新政策负责人布拉德·沃茨（Brad Watts）和健康政策副总裁莱克西·布兰森（Lexi Branson）在承认降低药价是一个“值得追求的目标”的同时，也阐述了最惠国定价的风险，并呼吁政府转而“关注基于市场的解决方案，在降低成本的同时保留推动医学突破的激励措施”。

特朗普于 5 月签署的第 14297 号行政令《为美国患者提供“最惠国”处方药定价》要求制药企业在 60 天内将“最惠国”定价扩展至所有参与医疗补助（Medicaid）的患者，将通过与相应国家谈判增加的收入返还给美国患者，并为患者提供以“最惠国”价格直接购买的选项。

该行政令旨在通过“最惠国”政策，使美国公民支付与全球最低药价国家相同的价格，从而实现药价“几乎立即下降 30%至 80%”。特朗普在 5 月的社交媒体发文中表示，此举将导致其他发达国家药价“上涨以实现均衡”。截至目前，辉瑞（Pfizer）和阿斯利康（AstraZeneca）已与政府签署了“最惠国”定价协议。

但 GIPC 在博文中指出，“最惠国”定价将削弱美

国研发生态系统在推动生物制药创新方面发挥领导作用的激励：“特朗普总统曾辩称，美国在药品创新方面处于领先地位，促进了全球在该领域的大部分进展。‘最惠国’定价将危及这一领导地位，削弱制造商开发新药的积极性，使我们在治愈癌症和其他致命疾病的竞赛中倒退一步。”

该文章引用的一份由 VitalTransformation 公司于 9 月 30 日发布的报告称，“最惠国”政策将导致 198 万至 220 万个工作岗位的流失（占美国生物制药行业工作岗位的 40%）；联邦税收将损失 6000 亿美元，州税收将损失 4500 亿美元；生物制药行业产生的收入将损失高达 2.4 万亿美元。该报告还估计，“最惠国”政策可能使美国生命科学研发支出减少 18.5%，并将临床试验活动减少多达 75%。Vital Transformation 公司表示，其受委托进行了此项分析，但未披露委托方的身份。

GIPC 的博文还引用了该组织发布的其他两份报告——《患者可及性报告》和《研究荒漠报告》，并称其与 Vital Transformation 公司的报告共同证实了这一点——“像‘最惠国’定价这样的价格管控措施是错误的方向”。

该文章进一步声称，“最惠国”定价将损害美国患者利益，使他们面临新药获取延迟的问题。根据 GIPC 的数据，德国患者平均需要等待 133 天才能获得新疗法，在西班牙，延迟可能长达 500 天，而在加拿大，一些患者甚至选择赴美治疗而非等待新药上市。

患者倡导组织患者可负担药物联盟（Patients for Affordable Drugs Now）虽然支持特朗普降低药品价格的行动，但质疑“最惠国”机制在实际中的运作方式，并敦促政府确保制药企业不会仅仅通过提高海外药价来弥补利润的损失。

（编译自 www.ipwatchdog.com）

美国最高法院批准副检察长参与互联网服务提供商考克斯版权案的动议



美国最高法院于近日批准了美国司法部副总检察长提交的动议，允许其以法庭之友身份参与考克斯公司（Cox Communications）与索尼公司（Sony Music Entertainment）版权纠纷案的口头辩论。该命令使美国政府能够在12月1日的听证会上就互联网服务提供商是否应为其用户的版权侵权行为承担连带责任发表意见。

最高法院在考克斯公司提交了开场简报后，于6月同意受理该案。此后，索尼公司于10月提交了答辩状，考克斯公司则于11月7日提交了回复简报。

在回复简报中，考克斯公司强烈反驳了其所谓的索尼公司的“两次通知即终止规则”（即要求互联网服务提供商在收到两次侵权通知后必须终止用户服务），辩称此案基于的是“至少收到3次通知”的订阅者的侵权行为，这意味着考克斯公司因未在第二次通知后终止服务而被追究责任。考克斯公司认为，如果维持美国第四巡回上诉法院的裁决，将迫使互联网服务提供商在仅收到两次侵权通知后，就终止整个家庭、企业及机构的互联网访问权限。简报指出，记录明确显示，这将会波及“医院”和“老年人”，以及宿舍、军营，甚至地区性互联网服务提供商，导致“大规模互联网驱逐”。

考克斯公司主张，连带责任要求存在一项“旨在助长滥用的积极可责行为”，而仅仅提供互联网基础

设施并不符合这一标准。根据其简报内容，索尼公司攻击的并非一个盗版流媒体网站或一个破坏性的音乐平台，而是“构成‘所有多用途技术之母’的基本通信基础设施”，此类设施“以统一条款向公众提供”。

简报大量援引了最高法院的判例，指出 Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. 诉 Grokster, Ltd. 案和 Twitter, Inc. 诉 Taamneh 案（Twitter 案）均强调需要存在旨在促进不当行为的积极行为。考克斯公司援引 Twitter 案指出，主张“互联网或移动服务提供商（不应）仅仅因为向广大公众提供服务而承担罪责”。

考克斯公司进一步强调，其自身的反侵权计划仅在索赔期内就暂停了超过 6.7 万个账户，并阻止了 98% 的侵权者。该公司认为，如果索尼公司现在能够将计划污蔑为“未能‘采取任何严肃努力来阻止这些侵权者侵权’”，那么没有一家互联网服务提供商是安全的。

根据简报，索尼公司提出了一项“新的过错推定”，即当被告知晓特定客户的滥用行为时，法院可推定被告具有促进侵权的目的和意图。考克斯公司反驳称，这一理论与最高法院判例不一致，并指出最高法院在 Kalem Co. 诉 Harper Bros. 案中已经驳回了基于知识的理论。该简报认为，索尼公司的理论“与本院在 Twitter 案中驳回的理论如出一辙”，在该案中，原告声称被告明知特定用户利用其服务促进恐怖主义，但最高法院在诉状阶段即驳回了该指控。

考克斯公司还反对索尼公司关于《数字千年版权法》（DMCA）支持其立场的论点，因为索尼公司未能引用该法中表明责任推定的条款。相反，索尼

公司援引了 DMCA 的参议院报告，该报告指出，责任将根据“法院裁决中阐明的”连带责任原则进行裁决。考克斯公司辩称，国会制定第 512 条是因为其预见到了会发生相关的诉讼，而非假设每种类型的服务提供商都应承担责任。

多家科技公司、民权组织、内容创作者团体和法律学者已就此案提交了意见，提交了十多份法庭之友简报。

一方面，谷歌（Google）、X Corp.和计算机与通信产业协会（Computer & Communications Industry Association）于 9 月提交了支持考克斯公司立场的简报。电子前沿基金会（EFF）与美国公民自由联

盟（ACLU）和民主与技术中心（CDT）联合提交的简报则认为，第四巡回上诉法院的标准将影响言论自由和互联网访问。

另一方面，版权联盟（Copyright Alliance）、美国电影协会（MPA）和全国音乐出版商协会（National Music Publishers' Association）于 10 月提交了支持第四巡回上诉法院裁决的简报，主张互联网服务提供商必须对反复侵权者采取行动以保护版权持有人。此外，美国版权代理机构 SoundExchange 和美国出版商协会（Association of American Publishers）也提交了支持索尼公司立场的简报。

（编译自 www.ipwatchdog.com）

美国商标在人工智能时代中所面临的风险：如何应对侵权、淡化与通用化



核心要点

人工智能工具通过快速创建类似的 brand 内容（包括标志、名称和图像），显著提升了商标侵权、淡化和通用化的风险，而使用者通常也难以意识到自己正在模仿一些受到保护的商标。

即使是“出于无意的”人工智能生成品牌内容，也可能使相关企业承担美国联邦法和普通法下的法律责任，尤其是在存在着可能让消费者造成混淆或淡化著名商标显著性的情况下。

品牌所有者和初创公司在采用由人工智能生成

的品牌内容前，应积极监控人工智能的使用情况，保障知识产权权利并进行适当的商标检索，以避免遇到风险并维护商标价值。

人工智能工具正对品牌所有者以及那些试图创建自身品牌的企业产生直接影响。与其他任何强大的工具一样，其技术进步往往伴随着某些权衡。在人工智能为公司开启新机遇的同时，它也放大了商标侵权、淡化和通用化等既有的风险。在适应人工智能不断演变的过程中，公司和从业者都应认真考虑这些风险以及如何才能最好地解决上述问题。

商标侵权风险：人工智能提示词可能导致法律责任

人工智能工具可以处理海量数据，而生成式人工智能则能够根据指令帮助个人或公司创建标志和品牌名称。通过使用这些快速且高效的工具，人们可以创建出各种图形，而无需向平面设计师支付费用。然而，人工智能可能会在无意中模仿或复制某

些预先存在的商标，从而导致商标侵权的风险升高。

这种风险既会影响老牌公司，也会影响初创公司。品牌所有者可能面临商标淡化或直接侵权的问题，而初创公司则可能面临在不知情的情况下采用侵犯他人权利的商标的风险。知名品牌需要在其监控和执法方面更加勤勉，而初创公司则需要确保他们了解使用相关商标的固有风险并进行适当的尽职调查。

根据《兰哈姆法》，商标侵权的标准是三重性的。它要求：商标所有人拥有有效的商标；他人在未经授权的情况下在商业中进行了使用；以及存在让消费者造成混淆的可能性。商标权利也可以通过普通法权利来主张，在这种情况下，当事人并非必须拥有在美国专利商标局注册的有效商标。

无论主张的是注册商标还是未注册商标的权利，责任的承担均不要求侵权方接触或知晓被侵权的商标。这意味着，即使公司独立开发了自己的商标，此举也可能侵犯他人的商标权。重要的是，侵权的关键在于被控侵权方在商业中使用其商标的行为是否可能让消费者对其产品或服务的来源、赞助或关联关系产生混淆。因此，如果一家公司采用了由人工智能生成的设计作为其标志，而该标志与其他现有的标识构成了混淆性相似，那么该公司可能要面临商标侵权的责任。不当的提示词可能会创建出一些模仿了在不同类别中较为流行品牌的标识，从而增加了侵权风险。只要商标之间存在着混淆可能性，公司是否知晓现有标志或具有善意避免复制他人标志的主观意图就都不重要了。

淡化风险：人工智能内容可能会削弱著名商标

除了商标侵权之外，与现有商标相似的、由人工智能生成的标志和设计还带来了另一个问题：它们可能侵蚀这些现有知名商标的显著性。依据“淡化”原则，即使不存在造成混淆的可能性，《兰哈姆法》也会保护著名品牌。

当第三方未经授权便使用著名商标，导致其显著性或其声誉被削弱时，即使并未引起消费者的混淆，此时也相当于出现了“淡化”。它主要有两种形式：模糊淡化，即削弱了该商标标识出产品的独特能力；污化淡化，即通过将商标与劣质或令人反感的商品或服务相关联来损害商标的声誉。人工智能工具使人们在创建新设计、标志、品牌形象和个人非商业风格时，比以往任何时候都能更容易地模仿著名品牌的外观和感觉。要在淡化诉讼中胜诉，品牌所有者必须证明其商标：是著名的；在商业层面上进行了使用；以及对方的使用方式模糊了其显著性或玷污了品牌的声誉，而无论是否存在实际或可能的混淆、竞争或实际的经济损失。

随着这些工具让模仿著名标志、图像和品牌美学变得更加容易，淡化的风险不再仅仅是理论上的。知名品牌已经看到了那些能够模糊其显著性的快速发展趋势和人工智能生成内容，这促使它们加强了执法力度。

一个常见的例子是利用著名品牌的“风格”。例如，在过去几年中出现的一个现象就是，人工智能图像生成器创建了类似于虚构迪士尼角色的“皮克斯风格”表情包，并盗用了迪士尼和皮克斯的标志。为了遵守迪士尼的要求，微软决定禁止在其必应人工智能成像工具中使用“迪士尼”一词，尽管这并未完全减轻侵权和淡化行为所造成的损害。在另一个例子中，Getty Images 对 Stability AI, Inc. 提起了诉讼，前者根据联邦和特拉华州商标法提出了商标淡化指控，以及有关被告未经授权使用 Getty Images 商标的商标侵权指控（据称生成式人工智能的输出复制了 Getty Images 的水印）。这些例子表明，品牌方必须尽快采取行动以防止出现声誉损害和淡化，尤其是在滥用行为呈现出病毒式传播趋势时。未经授权便使用其他公司的知识产权，即使在看似无害的背景下，也可能削弱其商标并误导消费者。

在另一个最近出现的例子中，即爱马仕（Hermès）起诉罗斯柴尔德的案件中，一位艺术家创作了描绘毛绒爱马仕铂金包数字图像的“MetaBirkin NFT”，导致消费者相信爱马仕提供了授权或与这些 NFT 存在关联。爱马仕以商标侵权、淡化和域名抢注为由提起了诉讼，在陪审团认定罗斯柴尔德的使用具有误导性后，原告获得了 13.3 万美元的损害赔偿。目前这起案件正在上诉中，罗斯柴尔德辩称其作品属于受保护的艺术表达范畴。此案表明，在消费者被误导或著名品牌的显著性被稀释的情况下，人工生成的图像或商品不一定能免除责任。

随着人工智能工具变得越来越容易使用，预计人们还会看到越来越多的关于淡化问题的例子，即标志或其他图像以著名品牌的风格创建，并因此模糊了品牌商标权的显著性或玷污了品牌的声誉。为保持商标显著性而开展的品牌执法工作至关重要，因为类似外观的人工智能生成图像的普及可能会侵蚀著名商标的强度，并让未来的淡化索赔难以取得成功。

通用化风险：人工智能可能将品牌名称变为通用术语

品牌方还必须考虑人工智能会加速品牌名称通用化的风险。例如，如果人工智能聊天机器人开始使用某个品牌的商标作为产品类别的通用词，随着时间的推移，该商标可能失去其标识商品或服务来源的能力，而逐渐变成泛指某种类别的商品或服务。商标权的根本目的是让商标充当来源标识符，从而保护品牌和消费者。然而，当商标变得通用时，它们就不再作为来源标识符，商标权也就因此丧失了。

人工智能时代品牌保护的实用步骤

随着生成式人工智能逐渐成为创建假冒商标和

标识的常用工具，商标遭遇侵权、稀释和通用化的风险只会不断增加。品牌所有者无法承受被动应对的后果。以下是企业应采取的“先发制人型”的步骤，以减小风险敞口并保持其商标的强度：

监控用户生成内容和人工智能平台

品牌所有者应监控用户生成内容以及人工智能平台（包括内部人工智能程序或设计用于客户查询或交互的人工智能界面）以发现受保护商标被滥用和盗用的情况。

及时提交下架通知

当发生滥用行为时，品牌方应迅速采取行动，以防止消费者出现混淆或商标被稀释。

在使用商标前审查人工智能生成的品牌内容

市场的新进入者在使用由人工智能创建的品牌内容时应秉持谨慎态度。人工智能通常会借鉴来自市场主导者的内容，这增加了“模仿竞争对手品牌内容”的风险。利用特定的商标检查服务或与商标专业人士讨论将有助于降低此风险。

审查与供应商和平台签订的合同

品牌方应确保其协议禁止在人工智能生成内容中未经授权便使用其标识。

与开发者合作设立防护措施

特别是在训练数据可能包含专有品牌资产的情况下，品牌方应与人工智能开发者合作，限制那些可能带来侵权、稀释或通用化风险的、由人工智能生成的输出成果。

为内部营销团队提供培训

市场营销、创意和产品团队应了解使用人工智能工具进行品牌或内容开发所涉及的法律风险，以避免面对相应的法律责任。

（编译自 www.mondaq.com）

美国专利商标局批准匿名申请人提出针对 Netlist 专利的单方复审请求

美国专利商标局 (USPTO) 于 2025 年 11 月 21 日发布命令, 批准第三方面对美国计算机内存开发商 Netlist 所持专利权 (美国专利第 10268608 号) 提出的单方重新审查请求。



美国专利商标局 (USPTO) 于 2025 年 11 月 21 日发布命令, 批准第三方面对美国计算机内存开发商 Netlist 所持专利权提出的单方重新审查请求。该专利权此前已在多个司法管辖区针对科技巨头三星和谷歌提起的重大侵权诉讼中被主张。尽管被控侵权方此前针对同一专利权提出的多项有效性质疑均告失败, 但 USPTO 仍批准了此次重新审查。如今, 某匿名方重新包装了先前失败的诸多论点, 再次对该专利权发起挑战。

Netlist 指控先前多项无效挑战所援引的现有技术存在重复性。

2025 年 8 月, 第三方面对 Netlist 的美国专利第 10268608 号 (分布式数据缓冲区中具有时序控制数据路径的内存模块) 提出单方重新审查请求, 声称该专利存在实质性的可专利性新问题。10 月, Netlist 提交请愿书, 要求美国专利商标局 (USPTO) 局长依据《美国法典》第 35 编第 303 (a) 条 (规范局长在复审中对实质性新专利性问题作出裁定的条款) 及第 325 (d) 条行使酌情驳回权。Netlist 的请愿书列举了针对'608 专利的一系列有效性质疑, 包括在美国地区法院提出的若干诉讼, 以及在专利审判与上诉委员会 (PTAB) 三次未获批准的多方复审 (IPR) 程序申请。

Netlist 的请愿书还指出, 第三方要求对'608 专

利进行重新审查时援引的现有技术存在重复性, 其中包括两项已在先前针对该专利权利要求的有效性挑战中提出过的参考文献: 美国专利申请号 20100312956 (“Hiraishi”); 以及美国专利申请号 20060277355 (“Ellsbury”)。该单方重新审查请求还主张了现有技术文献美国专利号 8089795 (“Rajan”), 该文献与“Ellsbury”文献同样在原始专利申请审查过程中被援引, 最终促成了'608 专利的授予。

尽管美国专利申请号 20080256282 (“Guo”) 未在审查过程中被援引, 也未在先前有效性异议中提出, Netlist 主张该专利的披露内容与先前异议中未能证明无效的其他现有技术披露存在实质性相同。Netlist 的'608 专利主张了一种创新性内存模块, 通过使用称为数据缓冲器或缓冲电路的隔离装置解决数据时序与同步问题。在要求驳回的请愿书中, Netlist 指出, 该专利依赖于“Guo”专利披露的具有可调延迟功能的延迟电路, 其实质内容与先前针对'608 专利无效性挑战中援引的其他现有技术披露高度相似。

Netlist 主张, 根据联邦巡回上诉法院在 *In re Vivint* 案 (2021 年) 中的裁决理由, 应以滥用程序为由驳回该单方面复审请求。正如 *Vivint* 案中因一系列失败的多方复审程序 (提出实质相似异议) 导致 USPTO 复审被撤销的情况, 本次复审请求实质上是对三星和美光先前失败的有效性质疑的重新包装。Netlist 补充指出, 请求人在案件中保持匿名身份进一步支持驳回请求, 因其排除了禁止反言原则的适用可能性。

Netlist 同时援引 PTAB 在 *Advanced Bionics* 诉

MED-EL Elektromedizinische Geräte 案（2020 年）中的先例性裁决——该案中 PTAB 酌情驳回了多方复审请求，为单方复审程序提供了有益原则。除提出与 PTAB 已驳回主张实质相似的有效性论点外，Netlist 还主张该复审请求甚至未如 Advanced Bionics 案所要求，针对 PTAB 先前程序中的实质性错误进行论证，更遑论证明该错误存在。Netlist 还列举多项因素证明司法公正的要求 USPTO 局长介入驳回程序，包括：已生效 6 年的'608 专利已形成既定预期；未说明任何所谓错误便不当援引先前的 PTAB 案例进行路线图规划；以及面对持续失败的'608 专利挑战时，USPTO 资源有限。

多方复审程序中的分歧：无滥用申请证据仍引发复审

11 月初，匿名第三方请求人就 Netlist 提出的酌情驳回申请提出异议，主张“Guo”基于 Netlist 在多方复审程序中提出的“数据路径”权利要求术语的新解释，提出了实质性新专利性问题。在三星某项多方复审程序中，Netlist 主张该权利要求术语不涵盖“选通信号线”，该定义被 PTAB 采纳，进而认定现有技术未公开“通过数据路径延迟信号”的技术方案。请求人辩称，“Guo”公开了利用电路在数据路径

中预偏移延迟数据信号的技术，并描绘了在数据信号路径中添加可调延迟电路的方案。

请求人在异议中还指出，USPTO 始终拒绝将多方复审程序原则适用于单方复审程序，原因在于两者具有本质差异。请求人特别援引 PTAB 其他裁决及《PTAB 审判实践指南》作为依据，强调单方复审并非如多方复审般的审判程序，并补充说明 USPTO 在在两种程序中驳回请愿时可能考虑不同的因素。

在认定重新审查请求提出了实质性新的可专利性问题时，USPTO 认定：“Hiraishi”的缓冲电路（对应各组数据/选通信号线）与“Guo”在带缓冲器的内存模块中对数据信号进行时间对齐的技术方案，均与'608 专利审查过程中为规避现有技术驳回而修改的权利要求限定要素相关。针对 Netlist 公司的请愿，USPTO 裁定未发现匿名请求人存在滥用申请权的行为证据。USPTO 同时认同请求人提出的异议：其提出的实质性新专利性质疑与以往多方复审程序中的任何理由均不相同，鉴于单方复审程序与多方复审程序存在差异，不宜对单方复审适用《美国法典》第 325（d）条的酌情驳回分析。

（编译自 ipwatchdog.com）

美国专利商标局提醒审查员和申请人审慎考虑并使用适格性声明

“通过仅针对所主张发明的客体适格性提供证词和客观证据，申请人可避免使实施性、书面描述、新颖性和非显而易见性问题与客体适格性问题相互纠缠的风险。”——美国专利商标局（USPTO）致申请人及从业者的备忘录。

USPTO 于 12 月 4 日发布备忘录，旨在为审查员、申请人及从业者提供关于专利客体适格性声明（SMED）使用的补充指引，尤其针对人工智能和医疗诊断等领域的“应用技术”。该备忘录不改变现

有程序，即刻生效。

当日发布的新闻稿强调，自上任首日起，USPTO 局长约翰·斯奎尔斯（John Squires）始终致力于确保新兴技术不会因美国专利适格性法律的司法解释而受阻——这些解释已导致专利执行难度增加。斯奎尔斯就任第 60 任 USPTO 局长当天，便签发了其任期内的首批专利。这两项专利分别涉及分布式账本/加密技术和医疗诊断技术领域——这些领域在专利审查及司法程序中常面临更严格的专利适格性

审查。

2025 年 8 月，斯奎尔斯向 2100、2600 和 3600 技术中心发布了一份关于专利适格性的“提醒备忘录”，重点强调了专利适格性审查，特别是明确了驳回申请的适用情形。同年 9 月，由斯奎尔斯参与的复审委员会作出 *Ex parte Desjardins* 案（上诉号 2024-000567，2025 年 9 月 26 日）裁决。斯奎尔斯在 10 月向美国知识产权法协会（AIPLA）的发言中指出，该裁决进一步彰显了 USPTO 确保变革性技术保持可专利性的决心。“当技术重塑信息流动方式时，发明便由此而生。”斯奎尔斯在 AIPLA 会议上如是说。

此次发给审查员的备忘录阐明：审查员必须审阅申请人按规提交的 SMED（即“申请人自愿提交证据以试图克服第 101 条驳回决定的现有选项”），同时重申了 USPTO 关于声明的规则政策，并通过四个实例向审查员展示申请人如何通过 SMED 提交证据以推翻审查员的初步无效判定。

示例涵盖涉及以下方面的 Alice 第二步分析：1) 思维过程；2) 计算机功能改进或其他技术领域改进；3) 特定治疗或预防措施；4) 实质性增益。备忘录同时提供了关于宣告与可专利性实践的培训资源。

第二份备忘录面向申请人及实务工作者，回顾了提交 SMED 的最佳实践及需规避的陷阱，例如将 SMED 与涉及其他法律领域的证词混为一谈。备忘录指出：“通过仅针对所主张发明的 SMED 提供证词和客观证据，申请人可避免使实施性、书面描述、新颖性及非显而易见性问题与客体适格性问题相互交织的风险。”备忘录强调 SMED 应作为独立文件提交，以确保清晰度，使申请人获得最大机会克服客体适格性驳回，同时避免审查员产生困惑。

USPTO 新闻稿指出：“本指南旨在提高审查透明度，强化审查记录，并支持跨技术领域对客体适格性原则的一致性应用。”

（编译自 ipwatchdog.com）

美国专利商标局启动数据驱动质量计划以解决偏差最大的领域

USPTO 将通过优先对统计识别的高偏差领域进行战略审查，来增强其现有的质量审查计划。



美国专利商标局（USPTO）正在通过一项新的数据驱动质量倡议，加强其对授予可靠、持久专利权的承诺。该倡议战略性地将资源集中在显示最大统计偏差的审查领域。

高质量的专利始于一致的审查。无论审查员如何，申请人和公众应确信处于类似情况的申请会得

到同等的对待，且对专利法的解释都保持一致。高级统计数据为评估审查特征提供了理想的客观起点，能精准揭示实践偏离既定规范的领域。虽然统计数据本身不能决定专利质量，但它们可以高效地将注意力引导至不一致风险最大的领域。

从 2026 财年开始，USPTO 将通过优先对统计识别的高偏差领域进行战略审查，来增强其现有的质量审查计划。这种重点突出的方法将有助于确保质量提升资源被部署在能产生最大影响的地方——提高审查的一致性，减少结果的变异性，并增强对已颁发专利的强度和可靠性的信心。

该倡议与 USPTO 长期以来的质量框架相辅相

成，该框架提供高质量的审查和详细的指标以推动持续改进。随着该局评估成果并完善实践，利益相

关者可以期待获得关于进展和下一步行动的更新。

(编译自 content.govdelivery.com)

《诉讼透明度法案》在美国众议院遭遇阻碍

2025年11月20日，旨在限制第三方诉讼资金在美国诉讼中使用的2025年《诉讼透明度法案》未能在众议院司法委员会获得表决。然而，由弗吉尼亚州共和党众议员本克莱恩（Ben Cline）提出的另一项《保护本国法院免受外国操纵法案》，于近日以15票赞成、11票反对的表决结果获得委员会通过。

《诉讼透明度法案》由加州共和党众议员达雷尔·伊萨（Darrell Issa）提出，要求民事诉讼各方披露所有第三方资金来源。威斯康星州共和党众议员斯科特·菲茨杰拉德（Scott Fitzgerald）与佐治亚州共和党众议员迈克·柯林斯（Mike Collins）亦为该法案共同提案人。

根据今年早些时候发布的法案新闻稿，伊萨表示该立法“旨在打击本国诉讼体系中严重且持续存在的滥用行为，这些行为通过模糊公众视线、利用法律漏洞谋取经济利益来扭曲司法体系。我们坚信，若第三方投资者在联邦法院资助诉讼，就应当予以披露，而非向世人隐瞒并使其缺席案件事实。”

但是，发明者防御联盟近期致函众议院司法委员会主席吉姆·乔丹（Jim Jordan）及首席成员杰米·拉斯金（Jamie Raskin），敦促其反对该法案，并指出“该法案本质上将使专利等知识产权对经济中的‘大卫们’（小发明家、初创企业和挑战既得利益者的企业家）失去实际约束力”

司法委员会成员近期就《保护本国法院免受外国操纵法案》表达了类似观点。该法案拟“修订《美

国法典》第28编第111章，加强对外国人士第三方资金的透明度和监督，禁止外国政府及主权财富基金提供第三方资金”。

拉斯金议员评论称，该法案与《诉讼透明度法案》“显然不过是向大型企业输送利益的工具，这些企业不愿在违法行为损害民众权益时承担责任。”

拉斯金补充道，第三方诉讼融资的做法“完全合法、完全正常，且符合职业行为和道德规范”，若有人违反这些规则，法院可依法处理。

拉斯金及其他民主党议员同时驳斥了诉讼融资涉及国家安全的论调。拉斯金反驳道：“我很高兴同事们关注外国政府试图影响美国的行为，但我可以保证这与外国来源间接影响必须由美国法官和陪审团审理的诉讼方无关，这与直接向美国总统行贿有关。”

《诉讼透明法案》还面临另一道障碍：美国优先法律组织和监督项目等保守团体同样对此法案持反对立场。

美国特拉华州联邦地区法院首席法官科尔姆·康诺利（Colm Connolly）在专利案件中制定了多项要求，包括要求加强《联邦规则》第7.1条规定的披露义务，并披露第三方诉讼融资情况。

据报道，伊萨表示《诉讼透明度法案》将在未来的听证会上进行辩论。

(编译自 ipwatchdog.com)

美国正在加快推进一项旨在改变国会图书馆和版权局负责人任命规则的法律



《立法分支机构澄清法案》（Legislative Branch Agencies Clarification Act）（H.R. 6028）于 11 月提出，该法案要求国会图书馆馆长由国会两党委员会任命，并剥夺其对版权局的管辖权，据悉该法案正加速推进。

致力于推动“支持创新、创作者和消费者权益的平衡版权体系”的 Re:Create 组织，联合其他七家版权及消费者权益团体，于 12 月 11 日致函众议院议长迈克·约翰逊（Mike Johnson）及众议院行政委员会，敦促委员会放缓该法案审议进程。信中援引多份报告称“众议院正考虑快速通过该法案...可能通过暂停议程或其他便捷方式推进”。

信函补充道：“H.R. 6028 法案在重组国会图书馆的过程中，改变了美国版权局的运作机制，切断了版权体系与国会图书馆的重要联系。在常规程序之外采取如此激进的行动，将是严重的错误。”

《立法分支机构澄清法案》由弗吉尼亚州共和党众议员 H. 摩根·格里菲斯（H. Morgan Griffith）提出，该法案的推进恰逢版权局长希拉·珀尔穆特（Shira Perlmutter）因被特朗普总统解雇而提起的诉讼在地区法院审理，且特朗普政府对诉讼的上诉已被最高法院搁置。

此前，哥伦比亚特区联邦上诉法院合议庭于 9 月裁定，在特朗普总统解除珀尔穆特职务后，她可

在诉讼期间恢复履职。

珀尔穆特于 5 月 22 日对特朗普提起诉讼，称其解职行为“非法且无效”。特朗普于 5 月 9 日解雇国会图书馆馆长卡拉·海登（Carla Hayden），两天后解雇珀尔穆特，并任命司法部副部长托德·布兰奇（Todd Blanche）为代理馆长。珀尔穆特在诉状中指控总统“无权任命临时国会图书馆馆长，更无权任命司法部高级官员——此举违反宪法规定的权力分立原则”。

众议员格里菲斯的法案将通过修订国会图书馆馆长、政府出版局（GPO）局长及版权局长的任命与免职程序，解决该案所涉问题。

该法案摘要解释道：“具体而言，法案要求国会两党委员会依据法案规定的程序，不考虑政治派别，任命国会图书馆馆长和政府出版局局长。”目前这两个职位由总统提名，经参议院建议和同意后任命。

该提案还要求国会图书馆馆长与政府出版局局长须在其被任命或职位空缺后 120 天，须各自任命副手。

最值得注意的是，该法案将取消国会图书馆对美国版权局的监督权，但仍可为该局提供“支持服务”。法案要求版权局局长须由总统经参议院建议和同意后任命，而非按现行惯例由国会图书馆馆长任命。版权局局长任期为 10 年，可连任。

版权组织联名信中强调：“《版权法》及相关法规构筑了极其复杂体系，若仓促修订恐将引发严重后果。若未经审慎考量便强行分离两机构，不仅危及国会图书馆的馆藏发展与维护能力，更将损害版权局维持登记体系、就版权及相关议题提供公正政策指导的能力，同时影响两机构的其他职能运作。”

该信函主要敦促委员会不要加速推进该法案，而应举行听证会并建立记录，以确保“对其影响版权政策的审慎审议”。

同样签署该信函的图书馆版权联盟发表声明称，虽然“由两党国会程序来任命国会图书馆馆长将使其免受总统影响，这本身并不会引发严重担忧”，但终止国会图书馆对版权局（历史上是一个具有部

分行政职能的立法机构）的管辖权的提议“是值得考虑的问题”。

这些担忧包括：可能干扰作品副本的提交；缺乏对版权局局长的监督，尤其涉及《数字千年版权法案》（DMCA）第 1201 条规则制定；若法案被快速推进，公众将失去参与讨论的机会。

（编译自 ipwatchdog.com）

美国和亚洲企业占据统一专利法院绝大多数重大侵权案件，反映出欧盟在创新领域的薄弱环节



统一专利法院（UPC）堪称欧洲机构建设的成功典范。自 2023 年中期迅速投入运作以来，法官及其团队所建立的体系值得热烈掌声。但我们也需清醒认识到：

目前没有任何证据表明 UPC 能改变欧盟在创新领域的根本性差距，至少在相当长时期内不会出现转机，甚至可能永远无法扭转。需要明确的是，这绝非 UPC 的过错。丝毫不是。

我们根据原告总部所在地区，评估了近期提交至 UPC 初审法院各分院的 100 起侵权诉讼。初看之下，有一组数据颇为亮眼：在近期 100 起可公开查询的立案案件中，有 33 起由 UPC 缔约成员国（CMS）的企业提起，数量既超过美国企业提起的案件，也高于亚洲企业所有立案总数：

我们评估了 UPC 第一审法院（CFI）分院根据原告总部所在地地区提交的最近 100 起侵权诉讼。完整的清单在付费墙部分。乍一看，有一个数字看起来不错：在公开案件登记册中可查到的最近 100

起诉讼中，有 33 起是由 UPC 缔约成员国（CMS）的公司总部提起的，比美国公司提起的案件多一起，也比所有亚洲公司提起的案件总和还要多。

但是：

非营利机构弗劳恩霍夫协会是 UPC 成员国迄今为止最活跃的诉讼方，在 33 起案件中占了 6 起。

除了诺基亚的两起案件，以及 SAP、飞利浦（Philips）、博世（Bosch）、勃林格殷格翰（Boeringer Ingelheim）、博西家用电器公司（BSH Hausgeräte）和私营的独角兽企业塞洛尼斯（Celonis）各一起案件外，没有其他来自 UPC 成员国的主要原告。

除了弗劳恩霍夫协会，典型的 UPC 成员国原告是像 Julius Blum（涉及两起案件）和 BTL Medizintechnik 这样几乎无人知晓的公司。

更糟糕的是，这些小型企业诉讼案中相当高比例集中于小众市场，其目标往往是本地小型竞争对手，而非针对大型非欧洲企业进行知识产权防御。

唯一的例外出现在人工智能领域：ParTec 诉 NVIDIA 和 KEEEX 诉 OpenAI 等公司。

相比之下，当原告来自美国或亚洲时，要么是像博通公司、安华高科技、华为这样的大型企业，要么是像 InterDigital 这样资金雄厚的许可公司。

UPC 已决定提高其诉讼费用，此举或许有其必要性，因为高价值案件主要由非 UPC 成员国企业提起。很难说服缔约成员国的纳税人承担美国和亚洲企业在欧洲本土的执法行动费用。然而，如果 UPC 能够基于高价值案件收取的费用实现自给自足，并且 UPC 的准入门槛没有大幅提高，外国诉讼人可能会有效地补贴像 Bode - Die Tür GmbH（可译为“博德-门有限责任公司”）这样的公司提起的诉讼。

UPC 无需为欧洲错失的数十年承担责任。数十年前便已明晰，创新型产业将占据经济总量中日益扩大的份额。然而欧盟及其成员国始终未能解决任何阻碍创业精神、将欧洲投资局限于低风险低回报机会的小众领域造成的结构性弱点。美国和中国的大胆押注终获回报。结果是，欧洲在全球经济中的份额急剧下滑，越来越多的欧洲公司及其他资产（如房地产）被创新能力更强和/或资源更丰富的经济体所收购。在美国，洗车店和超市分店经理的收入甚至超过了欧洲大多数软件开发人员。欧洲深陷恶性知识产权循环，伴随大规模人才流失（包括顶尖欧洲工程师——顺带一提，其中不乏人工智能领域人才——为外国企业效力，而这些企业最终拥有知识产权）。

欧洲的经济衰退（由于缺乏创新）对 UPC 的增长构成了长期威胁

在 WiFi 7 标准必要专利（SEP）持有者前十名中，仅爱立信一家欧洲企业入围关于新药研发的数据显示，总部所在地的前三名中没有欧洲国家，前五名中也没有欧盟公司，甚至无法与韩国等小国竞争：

与此同时，欧洲委员会正竭力摧毁欧洲所剩无几的创新能力，面对外国创新实力与创业精神，其应对之策竟是对 WhatsApp 基于人工智能的客户聊天功能及埃隆·马斯克（Elon Musk）控股主导的 X 平台采用的蓝标认证规则提出质疑——这位倡导言

论自由的企业家，恰恰戳中了那些更热衷掩盖经济与社会政策失败的政府机构的痛处。

UPC 在未来几年仍有进一步增长的潜力，但欧洲的经济衰退势不可挡。随着全球其他专利管辖区的崛起以及欧盟市场在全球份额持续萎缩，这种衰退终将影响甚至最终逆转 UPC 的发展态势。

短期内，UPC 面临的最强竞争来自美国，美国专利商标局（USPTO）局长约翰·A·斯奎尔斯（John A. Squires）采取的措施客观上有助于提高诉讼层面的美国专利的商业价值。相较于美国联邦法院，UPC 仍具备某些优势，但也存在显著劣势，包括对风险代理费的极端限制性规则（若允许全额风险代理诉讼将产生重大影响），以及诉讼方和出资方对 UPC 缺乏丰厚损害赔偿裁决能力的担忧。目前尚难预判 UPC 作出实际损害赔偿裁决时的具体情形，但欧洲法律传统使“德州式巨额赔偿”极不可能出现。

UPC 能否为本土企业创造某种竞争优势？

坦率地说，尽管 BSH 判例案对欧盟专利诉讼界大有裨益，但它实际上更让人倾向于不将总部设在欧盟境内——尽管在能锁定同集团锚定被告的案件中，此举未必有效。

显然，为应对 UPC 诉讼而将总部设在该法院成员国辖区并无益处。判决结果不会更有利。即便在担保金负担能力方面也无关紧要——资金紧张的企业必须提供担保，而财力雄厚的企业则不会在意。差旅费在 UPC 成本中占比微乎其微。

如果说有什么不同的话，统一专利（Unitary Patent）或许可以被认为是有帮助的，但这种影响微乎其微。统一专利同样向全球申诉者开放。偶尔可能出现本地企业选择统一专利保护的情况——这些企业过去通常只在欧洲专利组织的一两个缔约国注册专利。但 UPC 的诉讼成本极其高昂，因此在大多数情况下，过去负担不起多国申诉而现在能够承担统一保护的企业，也同样无法承担在 UPC 进行诉讼

的费用。简言之，UPC 无法解决欧洲的所有问题。我们必须坦诚面对其受益主体：主要是欧洲专利诉

讼从业者群体。

(编译自 ipfray.com)

美国参议院知识产权小组委员会听取有关广播表演者补偿提案的证人意见



美国参议院知识产权小组委员会于 12 月上旬举行听证会，邀请摇滚乐队 Kiss 的联合创始人吉恩·西蒙斯 (Gene Simmons) 作证，讨论一项拟议法案引发的争议——该法案要求当歌曲在地面广播电台播放时向表演者支付报酬。

知识产权小组委员会主席汤姆·蒂利斯 (Thom Tillis) 指出：“美国仍是全球唯一未对表演者或版权持有者在 AM/FM 广播中播放其歌曲给予补偿的国家，也是少数几个未实施此类补偿的国家之一。”

加州民主党参议员亚历克斯·帕迪利亚 (Alex Padilla) 与田纳西州共和党参议员玛莎·布莱克本 (Marsha Blackburn) 正联名推动《美国音乐公平法案》，旨在“为广播电台及艺术家使用录音制品提供公平待遇”。该法案新闻稿称，立法将要求广播机构为播放歌曲向创作者支付版税，并为小型地方电台提供豁免条款——仅需每年支付 500 美元即可无限量播放音乐。

听证会邀请了广播业代表亨利·辛顿 (Henry Hinton) 出席，他来自运营北卡罗来纳州东部五家调频电台的内岸传媒公司。辛顿同时担任美国广播协会 (NAB) 广播董事会成员，他指出该提案将使

地方广播公司“在经济上难以承受”。辛顿指出，在联邦通信委员会 (FCC) 的费用与 ASCAP、BMI 等表演权组织、流媒体收费团体的版税之间，该新增版税方案将造成过重负担。

但是，西蒙斯称，广播表演未向艺术家支付版税是持续数十年的“不公”。“人工智能时代近在眼前，”西蒙斯表示。“这是长期存在的陈腐不公，违背美国精神……新晋艺术家在电台起步阶段亟需这些微薄收入，却毫无收益可言。”

西蒙斯反复强调广播业仅去年就赚取 140 亿美元，恳请辛顿与艺术家分享部分收益。

布莱克本对辛顿的质询尤为犀利，质疑其关于法案将造成不利影响、广播为消费者提供免费服务且为艺术家创造免费宣传的证词。她质问道：

“你的广告商面向你时会说这是免费服务吗？他们支付的是你设定的费率，而你们拥有的听众越多，他们为广告支付的费用就越多。你播放的音乐越符合听众需求，就能向广告商收取更高的费用。如果我们关闭所有音乐内容，你们就只有谈话电台了。”

同样出席作证的还有 Sound Exchange 总裁兼首席执行官迈克尔·胡佩 (Michael Huppe)。这家非营利机构由美国政府指定，旨在“确保录音艺术家和唱片公司在特定数字流媒体服务播放其音乐时获得表演版税”。据胡佩介绍，Sound Exchange 每年向 80 多万创作者支付超过 10 亿美元的版税。

参议院知识产权小组委员会

胡佩在书面证词中指出，中国对艺人与唱片公司权益的保护力度已超越美国——该国于 2021 年修订法律，规定了地面广播电台的表演权。他质疑辛顿及广播公司关于“广播仍能宣传艺人”的说法。“这种情况已不复存在，”他强调。辛顿则指出，流媒体平台现已贡献音乐产业 85% 的收入，音乐发掘主要发生在社交媒体平台。“通过广播听到歌曲后前往商店购买 CD 或专辑的时代早已远去。”

蒂利斯在听证会结束时恳请各方利益相关者寻

求“恰到好处的平衡”，并特别要求辛顿和美国广播协会提交广播行业潜在经济影响的模型分析——辛顿表示该分析尚未完成。

创新促进委员会（C4IP）近日致函蒂利斯与希夫，支持《美国音乐公平法案》，并称未能确立此项权利是“版权法中长期存在的不公现象，该现象贬低录音制品价值，损害艺术家与版权所有者的权益”。

（编译自 ipwatchdog.com）

美国联邦巡回上诉法院在科达诉固特异轮胎的商业秘密侵权案中作出先例裁决

2025 年 12 月 8 号，美国联邦巡回上诉法院（CAFC）在 Coda Development S.R.O.（科达发展有限公司，简称科达）诉 Goodyear Tire & Rubber Co（固特异轮胎橡胶公司，简称固特异）案中作出具有先例效力的裁决，维持了俄亥俄州北区法院在陪审团裁决后依判决书动议（JMOL）判决固特异胜诉的决定，该裁决针对科达提出的州商业秘密和联邦发明人身份主张。CAFC 裁定，科达的商业秘密主张要么未作充分具体界定，要么已在科达提交的专利申请中公开披露，故 CAFC 同时驳回了该上诉人关于更正发明人身份的请求。

在 CAFC 试图引入商业秘密具体性的迟来尝试失败

科达于俄亥俄北区法院起诉固特异，指控其自充气轮胎（SIT）技术侵犯一系列商业秘密，包括 SIT 泵与沟槽解决方案的设计开发、空气传输多功能接口，以及轮胎内自充气泵的最佳安装位置。科达同时提出更正美国专利第 8042586 号（自充气轮胎组件，简称 586 号）发明人身份的诉求。在批准判决书动议时，俄亥俄北区地方法院推翻了陪审团

此前作出的、判令固特异因侵犯五项商业秘密而需支付 280 万美元补偿金和 6120 万美元惩罚金的裁决。

在审查俄亥俄州上诉法院和第六巡回法院关于《俄亥俄州统一商业秘密法》的裁决时，CAFC 指出，原告必须将受保护的信息“以足够明确的方式加以界定，以便法院能够适用保护标准”并判定是否发生了不当使用。尽管双方在上诉中对于商业秘密的明确性究竟是一个事实问题还是法律问题存在争议，但 CAFC 认定，即使按合理的陪审团标准衡量，科达也未能充分界定其主张的商业秘密。

作为科达上诉焦点的商业秘密（标记为 TS 24）包括科达关于最佳泵放置位置的知识，即“位于轮胎侧壁靠近轮辋且高于轮辋的位置，该区域轮胎会周期性变形以响应外部变形”。CAFC 认定，地区法院正确地裁定，这一所谓的商业秘密已在 2007 年《专利合作条约》（PCT）专利申请和 2008 年发表在《轮胎技术》上的一篇文章中公开披露过，这两份文件均披露了泵体置于轮胎侧壁内部的设计。

科达试图将其所谓的商业秘密与这些公开文件

分开来，声称这些公开文件并未披露将泵体置于“常规”或“标准”轮胎侧壁内的技术方案。然而，CAFC 驳回了这一说法，认为这是“试图在事后向商业秘密中引入额外的具体性”，这证明了科达未能将其所谓的商业秘密与业内已知信息有效区分开来。

无证据表明轮胎压力测试结果与固特异研发项目存在关联

科达公司指控的其他商业秘密因缺乏具体定义同样未能成立。涉及科达多功能航空运输接口的 TS7 文件列出了该接口的 10 项功能，却未描述任何设计开发知识，致使他人无法据此开发相同接口。商业秘密 TS11（SIT 泵及沟槽解决方案的设计开发）与 TS20（SIT 循环型与非循环型变体的设计开发）同样存在模糊性——仅罗列未区分的组件清单，未披露所主张的核心技术知识。

即使这些所谓的商业秘密成立，地区法院也正确认定，没有合理的陪审团会认定固特异在据称披露了构成科达主张的商业秘密的功能或组件的专利中使用了它们。CAFC 认为，科达专家证人指认的固特异专利中包含的少量要素，不足以支持其关于固特异“完美仿制科达技术”的专利主张。CAFC 强调：“即便忽略证据支持的缺失”，科达仍未能反驳

固特异的主张——即所谓商业秘密早已通过科达的专利申请和公开演示被披露于众。

CAFC 同时裁定，科达未能证明固特异使用了 TS23 技术——即通过测试结果证明其开发出功能性 SIT 系统，该系统可使轮胎充气泵产生的压力高于轮胎腔体压力。庭审中唯一试图证明固特异使用该技术的证据是一封 2009 年电子邮件，但该邮件未包含科达所称商业秘密中所述的压力测量测试结果。科达主张可从固特异 2009 年 SIT 开发项目的时点合理推断其使用 TS23，但 CAFC 驳回该主张，因无证据将 TS23 与该项目关联，亦无证据表明测试结果曾传达给固特异。

最终 CAFC 驳回了科达关于修正'586 号专利发明人资格的主张。上诉中，科达对地区法院裁决的唯一质疑在于：地区法院对其商业秘密主张作出了不当的判决书动议。尽管 CAFC 对科达商业秘密主张的裁决具有决定性，但 CAFC 认定其发明人身份异议本身亦不成立，陪审团从未被要求比较'586 专利与 TS24 的技术方案范围——两者对泵组件的定位存在差异，因此法院裁决并不与陪审团裁决相冲突。

（编译自 ipwatchdog.com）

美国联邦巡回上诉法院推翻专利审判与上诉委员会维持 Nobots 公司专利主张的裁决，谷歌胜诉

美国联邦巡回上诉法院认定 PTAB 的权利要求解释存在谬误，因为其违背了“权利要求应以其在权利要求及整个专利文件语境中的通常含义进行解释”的规则。



美国联邦巡回上诉法院（CAFC）于 2025 年 11 月 20 日推翻了专利审判与上诉委员会（PTAB）的裁决，该裁决认定谷歌未能证明一项涉及验证码（CAPTCHA）类似技术的专利主张不具备可专利性。该意见书由塔兰托（Taranto）法官撰写，合议庭成员包括首席法官穆尔（Moore）以及由指定方式参与审理的华盛顿西区联邦地区法院法官约翰·H·春（John H. Chun）。

Nobots 公司持有的美国专利第 9,595,008 号（简称 008）名为《用于评估计算设备用户状态的系统、方法及装置》。谷歌公司成功向 PTAB 申请对该专利全部 20 项权利要求进行双方复审请求（IPR），最终 PTAB 驳回了对第 18、19 项权利要求的挑战，同时认定其余权利要求均不具备可专利性。

在上诉中，谷歌仅对权利要求 19 的可专利性提出异议，主张 PTAB 对“获取兴趣数据”的权利要求解释存在错误。谷歌向该委员会提交了美国专利申请号 2008/0114624（Kitts）作为现有技术，主张该技术使权利要求 19 因显而易见性或预期性而不可专利。根据 CAFC 法院的判决书，Kitts 专利主题为《点击欺诈防护装置》，“描述了一种利用数据属性评估用户访问远程服务器网站时是否为机器人的方

法”。

权利要求 19 的 a 段规定：“在服务器向客户端计算设备交付已生成数据之前，从客户端计算设备获取兴趣数据……”。Nobots 公司主张，“获取兴趣数据”这一表述要求所获取的兴趣数据中至少包含部分“主动数据”，尽管 008 专利将“兴趣数据”定义为“主动或被动数据，无论可获取数据或已获取数据”。

谷歌则主张“‘获取’具有普通含义，且该动词的宾语——由两个词组成的短语‘兴趣数据’——已被明确定义为包含整个被动数据，因此该动宾短语应被正确解释为获取任何符合‘兴趣数据’定义的数据的过程，包括被动数据……”PTAB 采纳了 Nobots 的解释，裁定谷歌未能就该权利要求不具备可专利性作出证明。

然而，CAFC 认定 PTAB 的权利要求解释存在谬误，因为其违背了“权利要求应以其在权利要求及整个专利文件语境中的通常含义进行解释”的规则。CAFC 法院指出，对争议三词短语的直观分析表明，该权利要求意指“获取属于‘兴趣数据’范畴的任何内容，包括纯被动数据”。由于说明书未对该短语作出明确定义，故不符合“重新定义的高标准”。

法院指出，Nobots 公司关于说明书中“其等同物及动词形式”的定义用法可推翻谷歌解释的论点“不够清晰，不足以在诸多不利因素下支持 Nobots 的解释”。因此，专利审判与上诉委员会对权利要求 19 的裁决被撤销。

（编译自 ipwatchdog.com）

声音也是人格权的一部分：从莱尔曼案和印度名人身上学到的经验

在生成式人工智能时代，身份本身即是一种财产，对其提供保护不仅仅是法律合规的问题，更是一个关乎维护人类尊严的问题。



引言

试想一下，Siri 或谷歌助手能够拥有贾基特·辛格（Jagjit Singh）或阿莎·波斯蕾（Asha Bhosle）的声音（这些传奇表演者的声音可以通过人工智能工具进行克隆和无限复制），并在未经同意或署名的情况下出售给出价最高者，而此时此刻这已成为了现实！这些名人艺术独性中的精髓可能被简化为数据，失去其灵魂，并以这些传奇人物从未同意的方式被商业化。

这正是保罗·莱尔曼（Paul Lehrman）起诉洛沃（Lovo）一案中所展现的情况，该案已成为人们围绕人工智能与个人身份作为知识产权一部分的话题展开大讨论的关键时刻。这场争议的核心在于，原告指控人工智能平台洛沃以“开展研究”为目的，误导两位配音演员莱尔曼和林内亚·萨奇（Linnea Sage）开展了录音工作，随后却将相关的录音重新用于制作商业用途的数字克隆声音。被告以商业权利的形式将这些克隆声音推销给了订阅者，并由此带来了关于欺骗、剥削以及现有知识产权法局限性的难题。

美国法院认为，现有的知识产权法可提供的保护是非常有限的。这些法律能很好地保护传统作品（如书籍或标识），却无法涵盖人类身份中那些可被轻易复制的部分，如声音或面部特征。然而，人工智能现在可以广泛复制并滥用这些部分。因此，只有提供范围更广泛的司法解读才能有助于保护人类身份的此类特征。

纽约地区法院对《兰哈姆法》中“标志”一词的解读

莱尔曼案中的法院对《兰哈姆法》中的“标志”一词进行了更广泛的解释。这部法律对标志的定义是“名称、符号或设计”。

针对上述内容，法院将其解释为应涵盖任何身份特征，包括个人的形象、肖像、人格，甚至他们的声音。简而言之，“标志”不必是视觉上的标记或标识，它也可以包括其他能够识别和区分出个体的可识别特征。这与印度法院在一名演员寻求保护其姓名、声音、形象、举止行为、昵称“Bhidu”等（这些是相关电影中的一部分内容）的案件中所作的裁决类似，展示了法院在保护人格权时会如何看待这些非视觉属性。

原告根据美国联邦知识产权法寻求了救济措施，鉴于法院对《兰哈姆法》进行的宽泛解释，法院认定：“这里出现了一个普遍原则，即类似商标的权益是可以存在于个人的形象、肖像、人格和身份中的。有鉴于此，法院认为没有理由将声音（与图像相对）从此类保护中一概排除。”

因此，人们完全可以根据美国的商标法来保护声音。

版权主张在注册后提出：因程序问题而无效？

纽约法院还认识到，作为一般规则，尽管版权登记是提起诉讼的前提条件，但法院拒绝僵硬地适用该规则，原告（莱尔曼）在完成必要的登记后才修改其诉状以加入有关版权的主张。法院没有因时间问题而惩罚原告，而是采取了注重实际的方法。法院的这一认定倾向于基于实质内容而非技术细节来裁决案件。

根据《公民权利法案》来保护声音

法院将纽约州的《公民权利法案》视为一项简洁明了的规则，即未经书面同意，任何人都不得在广告或交易中使用他人的姓名、肖像或声音。由于

纽约州没有就隐私权制定出宽泛的规定，因此该法规就成为了防止身份遭到商业滥用的明确保障。法院对其进行了狭义的适用，确认了其用来阻止未经同意擅自利用他人身份的目的。不过，一旦原告能够满足基本的要求，那么被告将几乎没有任何逃避责任的空间。实际上，这意味着个人在商业和媒体领域中对其身份的使用方式保留了牢固的控制权。

莱尔曼一案对印度法律来讲意味着什么？

虽然有人可能会说，在具体保护声音免受人工智能滥用方面，知识产权法规存在着一些空白地带，因为《1957年版权法》第2条m款仅可保护录音制品，而非人声本身。但是，这种解释是错误的，因为法院可以对术语“侵权复制品”进行自由的解释，正如该条款末尾所述，“如果此类复制、拷贝或录音制品的制作或进口违反了本法的规定”。

第2条m款中的“此类复制”一词可以被赋予更加广泛的含义，因此，未经授权的、由人工智能生成的对个人声音风格的模仿作品，很可能落入侵权范畴，从而为表演者和配音艺术家提供了一定的救济途径。不过，正因如此，近年来的法院通过利用这种能够自由解释的权力，进一步澄清了规则，并维护了保护标准。

从莱尔曼一案中汲取灵感，名人群体可以利用《1999年商标法》下的“假冒”诉讼来保护他们的声音，从而对“标志”一词进行更广泛的解释。然而，对于普通的配音演员和创作者来说，建立这种识别是困难的，这使得商标法在应对数字克隆或未经授权使用声音等问题时成为了一个不太可靠的工具。

在人工智能工具使得任何非法和未经授权的使用、制作或模仿成为可能的背景下，在最近的辛格案中，孟买高等法院对类似于莱尔曼案中的条款所进行的自由解释，为未来的判例带来了希望。法院

认为，通过人工智能克隆名人声音侵犯了人格权和公开权。

在2025年9月，德里高等法院的法官特贾斯·卡里亚（Tejas Karia）将宪法第21条延伸至了可用于保护人格权，裁定未经同意的、由人工智能生成的深度伪造视频从商业和尊严这两个层面侵犯了个人身份，并证明了发出单方面禁令的合理性。

在最近的一个案件中，孟买高等法院裁定：“声音，是他们（名人）个人身份和公众形象的关键组成部分”。

因此，声音可受到保护，以免遭到未经授权的使用，除非存在着允许进行此类使用的有效合同。

同样，在莱尔曼诉洛沃案中，法院根据纽约州的公开权法规处理了人工智能的声音克隆问题。尽管基于不同的法律框架（印度是宪法权利框架，而美国是法定权利框架），但两国法院得出了相同的结论：为营利而滥用人工智能侵犯身份的行为是非法的。这些裁决表明了一种全球性的司法趋势，即针对人格权做出调整以应对数字克隆和深度伪造技术。

结论

允许某个人复制他人独一无二的特质并用于营利目的，这引发了一个重要问题：在数字时代中，普通公众个体的身份是否应受到法律保护。莱尔曼案和波斯蕾案填补了知识产权和隐私法中的一些空白。尽管技术发展速度如此之快以至于法律无法跟上这一事实是不可避免的，但立法机构是否应考虑修订知识产权法规以保护公众和名人的数字身份，已成为一个至关重要的思考点，因为印度应认识到，在人工智能时代中，声音和身份的其他特质就是经济资产。

通过学习丹麦政府的做法（该国已提出一项法案，拟修订《版权法》，禁止未经授权便共享包含个人特征（涉及普通公众和名人）的数字生成模仿品），

印度当前似乎有两个选择：对知识产权法规进行更广泛的司法解释以救助受害者；出台新的法案/修正案（借鉴丹麦对《版权法》的修正）。

在生成式人工智能时代，身份本身即是一种财产，对其提供保护不仅仅是法律合规的问题，更是一个关乎维护人类尊严的问题。这种保护不能仅限

于名人。因为那将意味着在人格权方面，普通公民会被当作二等公民对待。这违背了印度宪法第 14 条和第 21 条所载的基本权利，这些权利确认了尊严和隐私为每个个体所固有，确保普通公民与公众人物一样，有权保护自己的身份。

（编译自 www.mondaq.com）

云闪付告知美国政府：外国的网站屏蔽措施正成为数字贸易壁垒

云闪付 (Cloudflare) 警告美国政府称，网站屏蔽措施正在对合法服务造成广泛干扰，而版权持有者敦促 USTR 确保更多国家实施屏蔽措施。



在为 2026 年《国家贸易评估报告》提交的材料中，云闪付 (Cloudflare) 警告美国政府称，网站屏蔽措施正在对合法服务造成广泛干扰。该公司指出，意大利的自动反盗版屏蔽系统据称已导致“数万个”合法网站被误封，而西班牙过于宽泛的 IP 地址屏蔽以及法国新提出的自动屏蔽提案，都是严重损害美国商业利益的重大问题。

美国贸易代表办公室 (USTR) 每年都会发布《国家贸易评估报告》，评估外国贸易壁垒。该报告基于主要行业参与者的意见编制，其中经常包括版权行业组织提交的材料，这些组织通常会强调其认为构成贸易壁垒的盗版挑战。

例如，在往年，美国电影协会 (MPA) 等组织曾呼吁采取更多网站屏蔽措施来应对盗版威胁。然而值得注意的是，如今其他美国公司也在向 USTR 反映，外国的网站屏蔽措施正日益成为一个重大的贸易壁垒。

云闪付将反盗版屏蔽视为贸易壁垒

为表达其担忧，云闪付今年首次参与了年度贸易壁垒磋商。该公司自称是“领先的连接云服务商”，运营着全球最大规模的网络之一，提供安全、性能与可靠性服务。

云闪付指出，多个外国对美技术服务提供商的影响存在不成比例的问题，其中许多担忧与旨在遏制网络盗版的网站屏蔽措施相关。

西班牙

云闪付表示，西班牙法院允许权利人申请“范围过广的法院命令”以授权 IP 地址屏蔽。由于单个 IP 地址可能承载数千个域名，屏蔽盗版网站时往往导致大量合法网站及服务被误封，造成广泛的附带损害。

云闪付写道：“这种做法导致数万个无关的合法网站及数字服务反复遭遇大规模中断，且受影响方无法通过司法途径获得救济。”

“这些为保护特定商业利益而采取的行动，对非目标企业及用户造成了重大附带损害，且相关方无法对屏蔽令提出异议或挑战。”

云闪付还强调，西班牙政府虽意识到该问题（与国际标准相悖），但选择不干预，因此这仍构成显著的贸易壁垒。

意大利

云闪付报告了在意大利存在的类似担忧，其“反盗版盾牌”（PiracyShield）网站屏蔽政策对美国公司产生了直接影响。该屏蔽法规要求网络服务（包括内容分发网络）提供商在 30 分钟内遵守屏蔽通知。

云闪付指出：“由于缺乏对附带损害的充分保障，导致大型云服务提供商的共享服务被不当屏蔽，而这些企业在美国公司中占比过高。”

“例如，2024 年 2 月对云闪付一个 IP 地址的屏蔽导致数万个非目标网站被误封。此外，10 月对域名‘drive.usercontent.google.com’的屏蔽使意大利用户无法访问 Google Drive 超过 12 个小时。”

云闪付表示，将“反盗版盾牌”扩展至公共域名系统（DNS）解析器和私人虚拟网络（VPN）服务的努力只会使问题恶化，并指出一些美国公司已决定离开这个欧洲国家。

自动化的盗版屏蔽并非意大利唯一的贸易壁垒。云闪付还指出，意大利允许权利人“滥用”法院权力，通过单方面颁布屏蔽命令（且不给公司提出反对意见的机会）来干扰美国企业。

云闪付写道：“这种基于惩罚的强制性内容删除方式，缺乏充分的司法审查或正当程序保护，是意大利营商的一个重大障碍。”

法国

在法国，云闪付强调《体育法典》第 L.333-10 条是一个关键问题。这已导致多项针对盗版网站的屏蔽令不仅适用于常规互联网服务提供商，还要求对 DNS 解析器和 VPN 服务也采取行动。

云闪付指出，一些服务缺乏实施这些命令的技

术能力，因此，已有几家美国公司离开了法国市场。

最近，法国通过了一项新的反盗版法案，为自动化的 IP 地址屏蔽（类似于意大利的“反盗版盾牌”）打开了大门。这令云闪付深感担忧，认为这只会导致更多的连带损害。

云闪付在声明中写道：“这会增加误封合法内容或错误针对合法运营网站的风险，可能会扰乱跨境数字服务。”

韩国

云闪付报告称，韩国的网站屏蔽措施同样造成了贸易壁垒。2023 年《网络法》修订后，现要求“内容分发网络服务提供商限制访问非法内容”。

因此，云闪付等美国公司被要求维护详细且定期更新的屏蔽清单。

云闪付指出：“韩国通信委员会（KCC）向美国内容分发网络提供商发送了一份包含超过 150 万个统一资源定位符（URL）的‘屏蔽清单’（每月新增 3 万个）”，这给企业带来了“前所未有的合规负担”。

USTR 面临相互矛盾的请求

云闪付敦促 USTR 在其即将发布的《国家贸易评估报告》中考虑这些担忧。理想情况下，它希望这些贸易壁垒能够被拆除。

这些呼吁与版权持有者的请求相矛盾，后者敦促 USTR 确保更多外国国家实施屏蔽措施。随着美国国会正在考虑潜在的网站屏蔽立法，这可能也会影响当地的游说工作。

如果以及如何解决这些担忧，将在明年初发布的《2026 年国家贸易评估报告》中变得更加清晰。

（编译自 torrentfreak.com）

欧盟

欧盟理事会与议会就欧盟药品法规一揽子方案达成协议



2025 年 12 月 11 日，欧盟理事会与欧洲议会就欧盟药品法规包（亦称《通用药品立法》）达成协议。目前尚未公布具体文本。该协议需经欧盟理事会与欧洲议会批准后方可正式通过，最终文本预计将在未来数月内公布，并刊登于欧盟官方公报后生效。

欧盟药品法规包是对欧洲药品监管法律的全面修订，涵盖多个领域的修正内容，包括上市许可流程、生产制造、药剂配方/配制、供应短缺预防及环境风险评估等。此外，Bolar 豁免条款将得到扩展，允许仿制药和生物类似药在专利到期前开展定价、报销及采购等相关活动。

自 2023 年欧盟委员会发布初始提案以来，该法案引发广泛争议。核心修订包括：缩短（i）创新药品的监管数据保护期，以及（ii）罕见病孤儿药品的市场独占期。

监管数据保护将包括 8 年的数据独占期（与现行法律框架相同）和 1 年的额外市场独占期，总计

8+1 年，而现行制度为 8+2 年。在特定情况下，有可能再获得 1 年独占期（8+1+1），对于具有显著临床益处的新适应症，可再获得 1 年（8+1+1 或 8+1+1+1），但监管保护总年限上限为 11 年。理事会提案中为促进药品可及性而引入的条款（即允许成员国要求上市许可持有人将该产品在该成员国上市）保留在协议文本中。根据该新机制，如果上市许可持有人未在营销许可授予后 4 年内遵守成员国的此类要求，则该成员国的（延长）市场保护不适用，允许其他竞争者更早进入市场。根据欧盟理事会的新闻稿，已对提案文本添加了保障措施，明确了公司和成员国的义务，并防止该机制用于平行贸易。

孤儿药市场独占期将从目前的 10 年缩短至 9 年。对于“突破性孤儿药”，可再延长 2 年。尽管最终文本尚未公布，此前的草案还包括“全球孤儿药上市许可”概念，该概念将不再为第二个或后续的孤儿治疗适应症授予额外的单独孤儿药市场独占期。此外，之前的草案允许仿制药、生物类似药或其他后续申请人在孤儿药市场独占期到期前两年申请上市许可，这实际上缩短了创新药的市场独占期。

预计最终文本将在未来几个月内获得批准并公布，经过过渡期后，新立法将于 2028 年中期开始适用。（编译自 www.jdsupra.com）

欧盟委员会承认反盗版建议在体育赛事直播盗版方面影响有限

欧盟委员会的评估得出结论：尽管《打击体育直播盗版建议》推动了积极进展，但其总体影响仍属有限。



欧盟委员会已发布其对 2023 年 5 月《打击体育直播盗版建议》（简称《建议》）的评估报告。尽管报告所提及的有限进展在定义上具有积极意义，但对于呼吁立即采取行动的权利持有人而言，将进一步讨论作为未来举措与潜在进展基础的承诺，并非大多数（即使有也极少）权利持有人所期望的。

多年来，强大的权利持有人和媒体集团一直要求欧盟委员会采取紧急且果断的行动，以解决体育赛事直播的网络电视（IPTV）盗版问题。

从美国电影协会（MPA）到英超联赛、天空电视台、西甲联赛和意甲联赛，各方诉求清晰且高度一致。即便在 2022 年欧盟委员会拒绝其紧急立法呼吁后，这一立场依然未变，并在 2023 年初就现行措施“工具箱”进行协商咨询后依然保持不变。

欧盟委员会发布《建议》效果评估报告

2023 年 5 月，欧盟委员会发布了一项旨在解决体育赛事及其他直播内容网络盗版问题的《建议》。该文件鼓励采取以下措施：完善下线通知处理机制、实施动态禁令、加强利益相关方协作，以及提高合法替代内容的可获得性。

该《建议》以《信息社会指令》、《知识产权执法指令》和《数字服务法》等现行法律框架制定，内容详尽全面，但未体现紧迫性要求。

两年半后，欧盟委员会发布了针对该《建议》实施效果的评估报告。报告评估了各成员国、国家机构及利益相关方在落实 2023 年 5 月提出的各项措

施方面的进展情况。欧盟知识产权局（EUIPO）观察站通过关键绩效指标对盗版规模、下线通知处理效率、禁令使用状况以及合法内容的可获得性进行了监测。

确保下线通知的及时执行

建议：托管服务应尽可能快速处理权利持有人发送的下线通知，从而保护那些价值主要蕴含于活动本身的、易受侵害的直播活动。

评估：报告指出仅取得有限进展。受《数字服务法》约束的“在线平台”（包括社交媒体、在线市场与搜索引擎）普遍响应更为及时。相比之下，其他中介机构如专用服务器提供商和内容分发网络（CDN）的响应速度则明显迟缓，凸显出与在线平台相比在响应时效上存在的显著差距。

进一步行动：报告认为需要进一步加强与中介机构的合作，包括致力于通过技术方案实现下线通知处理的自动化。欧盟委员会表示，将在《数字服务法》委员会框架内的讨论中审议中介机构的具体职责。

成员国中权利持有人使用禁令的情况

建议：根据《信息社会指令》第 8（3）条和《知识产权执法指令》第 11 条的授权，各成员国应在设置适当保障措施的前提下，推动针对侵权者及服务被用于版权侵权的中介机构采用动态/实时禁令。

评估：欧盟委员会指出，尽管禁令具有实用性，但各成员国的实施情况存在显著差异。极端表现为：部分国家已建立完善的制度，而另一些国家则完全没有相关制度。委员会强调，不仅需要在欧盟范围内更广泛地采用禁令，还需确保其适用标准的一致性。

关于禁令的进一步建议：各成员国被“鼓励”对中介机构实施禁令——即使这些机构本身无需承担法律责任，只要其服务被滥用于非法直播体育赛事。

评估：欧盟委员会注意到法国和比利时已对

CDN、虚拟专用网络（VPN）和域名服务提供商实施封禁，意大利也在推进类似工作。委员会同时强调了西甲联盟在西班牙“针对互联网服务提供商和CDN”的行动。委员会补充说明，根据《数字服务法案》，部分中介机构可能免除责任，但并不排除对其采取封禁措施的可能性。

由于这些是近期发展，报告承认“目前尚无足够数据评估针对这些中介机构实施的动态禁令的实际效能”，并补充说明“已有相当数量的终端用户投诉了若干过度封禁的案例”。

该《建议》似乎已推动部分成员国重新评估其法律框架，或参与政策讨论以强化执法措施。若干成员国已明确体育赛事组织者的法律地位，使其能够自主寻求禁令救济。部分权利持有人正要求实现屏蔽禁令的跨境承认。

欧盟委员会报告称，少数成员国已就引入动态禁令的可能性展开讨论，但尚未取得实质性成果；而在其他成员国中，“无任何进展可资报告”的情况已引发特定利益相关方的“深切忧虑”。进一步行动：欧盟委员会将考量是否需要采取新的措施，以确保动态禁令在各成员国间得到更广泛且统一的应用。

权利持有人与中介机构/公共主管机关的合作

建议：鼓励权利持有人与中介机构开展合作，以识别未经授权转播的来源，并采取措施防止其再度被滥用。

评估：各成员国存在反盗版合作协议，部分由双方直接达成，部分在公共主管机关协助下完成。其中，权利持有人与互联网服务提供商就屏蔽措施及相关内容屏蔽/移除事宜达成的协议似乎最为普遍。

2024年，参与的权利持有人报告了与中介机构达成的49项自愿合作协议，2025年这一数字上升至62项。其中，与专用服务器提供商的合作协议占比约2/3（42项），而在线平台（18项）则明显落后。

值得注意的是，旨在识别侵权来源的协议极为罕见——据报告仅有两例。

总体而言，合作状况已有所改善，自愿协议日益普及。在合作框架下发出的侵权通知中，大多数最终导致侵权内容访问权限被中止，其中55%的处置被证明行之有效。然而，部分权利持有人反映，当前大多数合作协议仍依赖于侵权通知的人工处理，这在应对体育直播盗版时严重制约了执行效能。

该《建议》鼓励成员国在根据禁令屏蔽网站和服务时主动参与信息交换。根据《数字服务法案》，成员国数字服务协调员必须将监管机构发布的非法内容处置指令与其他成员国的对应部门进行共享。

该机制被认为与打击直播活动盗版直接相关，但目前尚未完全投入运行。尽管如此，该网络仍被描述为一项“关键性举措”，参与其中的各监管机构通过该平台实现了重要情报的互通。

提升公众认知与改善合法服务可用性

建议：提升用户对合法内容的认知度，增加直播活动商业服务的可用性、可负担性和吸引力。

评估：报告指出，各方提交的材料仅聚焦于体育直播赛事。据报告显示，若干权利持有人与体育赛事组织者已采取切实举措优化服务可及性，包括“创建专用网站，使用户能够查询具体体育赛事观看渠道”。

但该报告在后续说明中指出，现有信息的可获取性严重不足，导致评估工作难以有效开展。

“体育赛事组织者和权利持有人提交给EUIPO的数据，尚不足以全面评估在体育赛事供给能力以及商业服务的价格可承受度、市场吸引力方面取得的进展，”报告强调。

“参与证据征集的消费者指出，这仍是值得关注的领域，他们认为‘价格合理的合法服务供给仍然不足，且合法服务呈现高度碎片化特征’。”

部分成员国监管机构指出，合法服务的定价机

制、内容分散性及地域覆盖限制，构成了用户获取合法直播内容时面临的'潜在障碍'，这种情况'往往迫使用户购买多个付费订阅服务'。"

总体结论

欧盟委员会的评估得出结论：尽管该项《建议》推动了积极进展，但其总体影响仍属有限。

尽管各方认知度有所提升且合作有所加强，但盗版规模并未减少，仍是一个持续存在的问题。在线平台在处理下架通知方面被认为效率显著，而专用服务器提供商在阻断盗版流媒体方面则明显滞后。发送至 CDN 及反向代理的通知数量持续增长，却未能产生相应成效。

"此外，越来越多的通知正被递送至其他中介机构（包括不受《数字服务法案》关于通知规则约束的 CDN 反向代理）。在此背景下，评估报告特别强调，合作协议的推行已促使相关中介机构作出更为迅速且有效的响应。"

评估报告同时突显了中介机构责任豁免制度与反盗版实效需求之间的张力。法律虽未要求中介机构主动监控非法内容，但评估报告仍明确指出：即使在现行法律框架内，若能超越当前的法定义务，将对遏制盗版产生显著改善。

（编译自 www.wanaen.com）

EUIPO 新研究：盗版网站上的主要品牌广告激增 567%

EUIPO 报告揭示盗版网站广告量出现前所未有的 80% 跌幅，然而这一关键发现未获足够重视。



欧盟知识产权局（EUIPO）最新报告显示，盗版网站上的大品牌广告激增 567%，这一现象与行业外展项目的终止有关，然而，深入分析数据后会发现一个更为显著却大多被忽视的发现：自 2021 年以来，盗版网站的总广告展示量已骤降 80%。

对众多盗版网站和应用程序而言，广告收入是其唯一可行的生存命脉。正因如此，广告行业已成为打击盗版的重要盟友。

多年来，多个以广告为重点的反盗版倡议和合作机制一直致力于阻止品牌广告出现在此类网站

上。

这包括一项由欧盟主导的谅解备忘录，其中几家领先的广告公司（包括谷歌）签署了协议并承诺履行相应职责。该协议可追溯至 2016 年，此后 EUIPO 一直监测其进展情况。

关于盗版广告现状的最新报告于近期发布。与往年一样，EUIPO 委托英国研究公司 White Bullet 对 2024 年盗版网站上出现的广告类型提供了详细的概述。

报告系统分析了覆盖 18 个欧盟成员国的 7,250 个网站和 398 个移动应用程序上的广告投放情况。所有被标记为"盗版"的网站和应用均提供了版权侵权内容的访问渠道，并被统一划分为"非法"或"高风险"类别。

White Bullet 在 2021 年为 EUIPO 编制了类似的广告报告，这使得进行近 4 年来的进展比对成为可能。

盗版网站上的大品牌广告激增 567%

EUIPO 报告的核心数据显示，去年盗版网站的广告总量呈现快速攀升态势。从全球范围（欧盟+英国+美国）来看，受监测网站全年共产生 283 亿次广告展示量，从第一季度到第四季度的展示量增幅达 92%。

更令人忧心的是，大品牌投放的广告在盗版网站上仍屡见不鲜。报告虽未点名具体品牌，但 EUIPO 明确指出，2021 年至 2024 年间，大品牌广告展示量实现了 567% 的增长。

总体而言，品牌广告在受监测网站广告展示量中占比 61%，在受监测应用广告中占比更高达 96%。需要说明的是，这些广告既包含知名大品牌，也涉及知名度较低的各类品牌。

EUIPO 在其“主要结论”中强调了这一显著增长，以及其他一些令人担忧的发展动态。

报告明确将大品牌广告的复苏与行业合作机制的失效联系起来，指出在激增发生之前，针对广告商的教育运动被终止。

该报告写道：“大品牌广告在侵权网站上的大规模增长可能与 2023 年终止的几项协调外展计划有关，这些计划原本致力于引导品牌商停止在侵权网站投放广告。”

一切都是相对的

EUIPO 报告的核心数据虽然正确，但需要加以细致辨析。大品牌广告在盗版网站上的展示量实际上并未增长 567%——远非如此。

报告发现，大品牌广告在网站总广告展示量中的占比从 2021 年仅 3% 上升至 2024 年的 20%。尽管从技术层面看，这确实代表着市场份额实现了 567% 的增长，但与此同时，实际展示的广告总量却出现了断崖式下跌。

在全部受监测国家中，盗版网站的广告展示量从 2021 年的 1461 亿次骤降至 2024 年的 283 亿次。这意味着这些网站上的广告总量缩减了约 80%。

虽然从相对市场份额角度看，“567% 增长”这一统计数据在技术上确实成立，但其增长动能主要源自低质量非品牌广告的全面萎缩。从实际数量来看，大品牌广告的投放量仅增长约 30%。

欺诈与恶意软件广告的增减现象

同一逻辑同样适用于报告中重点提及的欺诈与恶意软件广告激增现象。

EUIPO 在报告中写道：“报告同时指出，2021 年至 2024 年间欺诈与恶意软件广告增长 250%，这表明侵权网站不仅滥用品牌声誉，更将用户与广告主置于更广泛的数字风险之中。”

同样需要明确的是，这 250% 的增长为相对值。从绝对数值来看，欺诈与恶意软件广告展示量实际上在 2021 年至 2024 年间减少了约 18 亿次。这意味着恶意广告数量实现了约 31% 的降幅。

以上分析充分说明，绝对数值与相对比较可能呈现截然不同的态势。这一现象主要可归因于过去数年间发生的一项关键变化——令人费解的是，EUIPO 的主要结论并未提到这一点。

欧盟：盗版网站广告展示量与收益同步锐减

EUIPO 报告揭示盗版网站广告量出现前所未有的 80% 跌幅，然而这一关键发现未获足够重视。数据显示，在 18 个受监测的欧盟成员国中，盗版网站广告展示量同样急剧萎缩：从 2021 年的 703 亿次锐减至 2024 年的 144 亿次。

报告将这一断崖式下跌归因于盗版网站生态日趋碎片化，进而造成整体流量下滑。这看似是值得肯定的成效，但报告并未对此加以重点突显。

广告收益的同步下降亦符合此趋势。报告数据显示，受监测国家的广告收入从 2021 年的 1.025 亿欧元骤降 78% 至去年的 2200 万欧元。

被忽略的关键数据：每日 8.29 欧元

尽管 EUIPO 的报告主要聚焦于大品牌广告与欺诈广告的相对增长，但一个关键指标始终未被凸

显——即这些 7250 个网站从 18 个受监测欧盟国家用户处获得的平均日收益。

该数值虽未在报告中直接列明，但通过数据测算可得出：平均每个盗版网站每日从欧盟用户群体中获得的收益约为 8.29 欧元。

根据 EUIPO 的报告，这些网站的全球日均收益约为 91 欧元。这一数据逻辑清晰地表明：欧盟地区的广告流量仅构成这些网站总收入中的微小份额。这一发现值得相关方特别关注。

（编译自 www.wanaen.com）

欧盟知识产权局推出商标早期筛查系统

“商标早期筛查（Early TM Screening）”系统，旨在简化欧盟商标注册流程、提高透明度并降低错误风险。



欧盟知识产权局（EUIPO）近期推出了一项新工具，有望为商标领域从业者带来重大助力。作为 SP2030 战略计划组成部分推出的“商标早期筛查（Early TM Screening）”系统，旨在简化欧盟商标注册流程、提高透明度并降低错误风险。该平台利用人工智能对商标在审查阶段可能遇到的主要问题进行初步诊断。

访问筛选功能非常简单：您只需输入标识并选择相关商品或服务类别。系统将自动执行评估，包括：检索在先权利（欧盟商标、国家商标、域名、公司名称）的潜在冲突，评估可能的绝对拒绝理由（如描述性、缺乏显著性、误导性、违反公共政策或公认道德原则），核查是否涉及地理标志等特定权利的冲突，用户可下载摘要报告并无缝衔接至正式申请表。

相较于现有在线提交模块中的核查功能，早期商标筛查的突出优势在于：它将一系列核查功能整合于专属空间，这些功能此前分散于不同板块或需

借助外部工具实现。特别是基于 TMview 工具的插件可提供快速且实时更新的对比评估，而其他人工智能模块则能识别概念相似性，并自动将申请标识与 EUIPO 过往类似案例的裁决进行比对。由此形成的解决方案更具深度与预测性，为用户提供了比以往更丰富的参考依据。

该平台并非旨在替代专业人员的解读与战略工作：其结果仅具参考价值且无穷尽性，未报告问题并不等同于可保证注册性。尽管算法分析技术先进，仍无法捕捉所有潜在冲突的微妙之处、更精细的概念相似性或相关市场的特殊性。该技术设计用于初步阶段，可优化初始选择并预判潜在障碍，但不足以替代全面的清查检索或深入的法律评估。

同样值得关注的是全新推出的创新筛选系统专题页面，该页面为用户提供教育支持。除教程和图解信息外，该页面还列举了商标可能被视为描述性或缺乏显著性的具体案例，提供解决方案建议，并系统罗列了最常见的绝对拒绝理由清单。此举清晰体现 EUIPO 引导用户及专业人士采用更明智、更系统化方法的意图，旨在减少后续需修正或澄清的申请数量。

早期商标筛查不仅是全新数字工具，更是欧洲商标保护现代化进程中的重要里程碑。自动化预评估机制能早期识别潜在问题，助力申请方建立更扎

实、更明智的准备阶段。同时需强调，该工具应与法律专业知识相辅相成而非替代。唯有算法分析与专业判断的结合，方能确保申请策略真正有效。

对于律师事务所而言，该工具提供了宝贵机遇：它使事务所能够为客户提供即时便捷的初步筛选服务，并从一开始就建立更清晰透明的对话机制，共

同探讨风险、机遇及运营决策。技术与咨询服务的协同效应若能得到妥善运用，将有助于提升整个欧盟商标生态系统的效率，增强其可预测性，并使其更能响应市场的具体需求。

(编译自 www.jdsupra.com)

慕尼黑第一地区法院 2025 年新受理专利案已突破 275 件，较去年总量增长 20%

慕尼黑第一地区法院第七民事庭庭长奥利弗·舍恩博士 (Oliver Schoen) 博士透露，该院 2025 年已受理超过 275 起新专利诉讼，较 2024 年全年的 231 起增长 20%，且距年底还有约六周。

尽管统一专利法院 (UPC) 因新案件管理系统尚未公布案件量数据，但慕尼黑第一地区法院今年受理的专利侵权诉讼及临时措施申请 (即初步禁令动议) 数量仍将超过 UPC。2025 年，UPC 单月最高记录为 31 起新案 (据 2025 年 7 月 19 日 UPC 报告)，

尽管 UPC 正随着统一专利制度普及而发展壮大，UPC 案件量虽在增长，但 2025 年慕尼黑法院的案件总量仍可能保持领先。

尽管案件量庞大，慕尼黑第一地区法院仍致力于在立案一年内审结每起案件，近期部分案件审理速度显著加快，例如两起 InterDigital 诉迪士尼案。此外，慕尼黑第一地区法院已成为主要的临时禁令申请地，近期处理了涉及 20 多个国的禁令及欧洲首个标准必要专利禁令。(编译自 ipfray.com)

统一专利法院认定宣传医疗器械 CE 标志构成“即将发生侵权”的证据

根据近期一项裁决，为产品获取并宣传 CE 认证标识，以及在贸易展会上展示产品，可被视为专利权“即将发生侵权”的证据，专利权人据此有权申请法院禁令，暂时禁止相关产品的销售。

品诚梅森律师事务所专利专家指出，针对“即将发生的侵权”采取的措施——即实际侵权尚未发生，但法院认定侵权方已完成所有准备工作并“为侵权行为铺平道路”——正日益成为专利权人与被控侵权方在统一专利法院 (UPC) 的争议焦点。

德国汉堡地方分院在瑞士医疗器械制造商 Occlutech 与竞争对手中国乐普医疗科技 (乐普) 的

纠纷中对此作出裁决。

Occlutech 公司持有欧洲编织栓塞装置专利——该植入装置用于阻断血流。Occlutech 公司曾选择将该专利排除在 UPC 管辖范围之外，但于 2025 年 5 月撤销了该选择。次月，该公司向汉堡地方分院提起诉讼，要求针对乐普医疗的竞争产品采取临时措施，即颁布针对乐普的临时禁令。

临时禁令是法院颁布的命令，为获准方提供临时救济。《统一专利法院协定》(UPCA) 第 62 条赋予 UPC 各分院颁布此类禁令的权力，以防止即将发生的侵权行为——并要求申请此类救济的申请人提

供证据，协助法院确认存在值得颁布禁令的侵权风险。UPC 的程序规则使上述规定具有实际效力，并为法院评估临时禁令申请（包括即将发生的侵权情形）提供了考量标准。

UPC 已在药品领域审议过迫在眉睫的侵权问题。上市前的活动可能构成对专利的迫在眉睫的侵权，并使上市活动面临禁令风险。这取决于潜在侵权人是否已为侵权“铺平道路”——即完成所有旨在准备竞争产品上市的行为。单纯申请并获得上市许可（即药品上市所需的批准）并不构成即将发生的侵权。但是，完成国家程序（包括实施卫生技术评估、定价及报销流程）可能构成即将发生的侵权。

在此案中，当首次就医疗器械潜在上市提出即将侵权的论点时，Occlutech 公司在汉堡地方分院辩称，基于乐普公司涉嫌从事的多种活动——包括为其产品获取 CE 认证后，在社交媒体和贸易展会上公开宣传该事实——颁布临时禁令具有正当性。

汉堡地方分院承认，获取 CE 认证是医疗器械制造商在欧盟“合法销售”产品的“先决条件”。但法院认为，乐普进一步宣传其 CE 认证的行为构成“即将发生的侵权”证据。

汉堡地方分院指出：“在完成必要临床评估后，针对被诉产品获得（并公开宣布）CE 认证批准，提

供‘订购信息’，并在贸易展会上展示产品……乐普已为销售这些产品铺平道路。”

该法院随后审议了 Occlutech 与乐普公司就涉案专利保护范围及专利有效性提出的各项主张。汉堡地区分院在诉讼初始阶段即认定，该专利有效性具有合理确定性，且乐普产品构成对 Occlutech 公司专利的侵权。值得注意的是，汉堡地区分院认为 Occlutech 公司无法就“即将发生的侵权行为”提供进一步证据（例如具体乐普产品或销售信息），因为法院认可 Occlutech 公司对乐普与相关医院或关联采购公司直接进行的销售活动几乎无法掌握信息。

因此，法院授予 Occlutech 公司一项临时禁令，禁止乐普在相关 UPC 管辖的国家（即该专利生效的国家）引入任何侵权产品——尽管法院仅认定乐普两款已获得 CE 认证的产品存在即刻侵权行为。

本案中关于专利有效性及侵权的争议将在后续庭审中进行全面审理。

此前 Occlutech 公司一曾就另一项欧洲专利针对乐普提起禁令申请，该专利涉及本案相同产品。杜塞尔多夫地方分院在先前的裁决中认定，在初步阶段无法确凿认定乐普产品构成专利侵权。

（编译自 www.pinsentmasons.com）

标准必要专利持有人迫使欧洲统一专利法院与英国等法院展开有关 FRAND 费率的竞争



Sun 专利信托公司已请求统一专利法院（UPC）巴黎分院在其与 Vivo 的纠纷中设定公平、合理且非歧视性（FRAND）费率。爱立信在与传音控股的诉讼中也提出了类似的 FRAND 主张。UPC 对 FRAND 费率的裁定可能加剧其与英国高等法院及慕尼黑地区法院的竞争。

业内专家圈已流传相关传闻多时。自 11 月 28 日起，UPC 确已收到某标准必要专利（SEP）持有人关于 FRAND 费率裁定的申诉。

11 月底，上诉法院驳回了实施方 Vivo 提出的诉讼中止申请。该申请要求在上诉法院裁定 UPC 是否具备 FRAND 费率裁定管辖权前，暂停其与 Sun 专利信托的侵权诉讼主程序。

Sun 专利公司最初于 4 月份向 UPC 申请 FRAND 费率裁定。此举是该松下关联许可公司在巴黎分院针对两项 SEP 提起的两起侵权诉讼（案号：UPC_CFI_361/2025 与 UPC_CFI_362/2025）的组成部分。Sun 专利公司旨在禁止销售多种兼容 4G+ 技术的 Vivo 设备。

管辖权之争

SEP 持有者诉讼中涉及的 FRAND 许可申请，仅通过近期 UPC 法院对此类申请管辖权的程序性命令才得以揭示。法院还需裁定是否应在基本管辖权问题作出决定前中止主诉讼程序。

Vivo 公司现已获得明确裁决：主诉讼程序将正常推进。由克劳斯·格拉宾斯基（Klaus Grabinski）

法官主持的 UPC 上诉法院第一合议庭作出此项裁决（案号：UPC_CFI_361/2025）。据此，Vivo 需于尽快提交答辩状。

但格拉宾斯基、彼得·布洛克（Peter Blok）与伊曼纽尔·古热（Emmanuel Gougé）将另行通过上诉程序裁定 UPC 设定 FRAND 费率的权限。

由首席法官兼报告法官卡米尔·利尼埃尔（Camille Lignières）主持的巴黎地方分院尚未作出终审裁决。该法院选择在主审程序中详细审查管辖权问题后再作最终裁定。

多位专家解读称，10 月 30 日的命令表明利尼埃尔、卡琳·吉莱（Carine Gillet）和安德拉斯·库佩茨（András Kupecz）对 FRAND 费率裁定持积极态度。但 Vivo 希望上诉法院在作出任何一审 FRAND 费率裁决前，先就 UPC 的管辖权作出裁决。

SEP 持有人的行动

在 UPC 申请确定 FRAND 费率并非先例。2024 年，OPPO 在与松下的纠纷中就曾提出此类申请。但法院从未就 OPPO 要求的费率作出裁决。曼海姆法官虽认定 OPPO 的反诉成立，却认为其主张缺乏依据——尽管双方当时已达成和解。

此次新颖之处在于 SEP 持有人主动向 UPC 申请 FRAND 费率裁定。除 Sun 专利公司外，爱立信也采取了此举。该公司于 11 月中旬针对传音控股的全球手机业务发起系列诉讼，涉及其 4G 和 5G 专利组合。

爱立信声明，在提起诉讼前已进行多年谈判并提出 FRAND 许可要约。爱立信随后向 UPC 曼海姆和巴黎地方分院提起侵权诉讼，同时在海牙地方分院寻求 FRAND 费率裁定（案号：UPC-CFI-0001568/2025）。

与 Sun 专利诉 Vivo 案不同，目前尚无临时判决披露爱立信在 UPC 寻求 FRAND 费率裁定的依据。专家分析认为，作为 SEP 持有者，这家瑞典手机公

司很可能参照 Sun 专利公司案，依据 UPC 协议第 32.1 (a) 条提出主张。

第 32 条作为法律依据

此举与 Sun Patent 在 UPC 与其律师事务所的合作策略如出一辙，只不过战场从巴黎转移至海牙。第 32.1 (a) 条似乎是 SEP 持有人主张 FRAND 费率裁定的切入点。该条款规范法院管辖权，涵盖“针对专利及补充保护证书实际或潜在侵权行为的诉讼及相关抗辩，包括涉及许可的反诉”。

UPC 的创始条款并未明确规定 SEP 持有人可就 FRAND 费率认定提出主张。因此，Sun 专利公司将 FRAND 费率认定嵌入侵权诉讼请求中。作为附条件主张，该非实施实体 (NPE) 首先请求 UPC 法官核实其向 Vivo 提出的要约是否符合 FRAND 原则。若 Vivo 拒绝该要约，法院应颁发禁令。但若法院认定 Sun 专利的要约不符合 FRAND 条件，则应进一步判定何为 FRAND 费率。若 Vivo 再次拒绝该费率，法院仍应颁发禁令。

巴黎 UPC 法院由卡米尔·利尼埃尔 (Camille Lignières) 法官领导的合议庭于 2025 年 10 月 30 日作出裁决称：“本院认为，根据对争议性系统级芯片 (SoC) 执行部分的解读，Sun 专利公司的主要诉求实质上构成侵权诉讼。鉴于此案涉及基本专利侵权，其要求禁令及其他救济措施的前提是必须已向被告提出 FRAND 的许可要约。仅当 FRAND 要约未获接受时，方可请求禁令及补救措施。”

条件性或非条件性

该命令继续指出：“原告仅是预见被告针对此类侵权诉讼提出的所谓‘FRAND 抗辩’。根据 UPC

初审法院的一贯判例法，该 FRAND 抗辩属于 UPC 的管辖范围。鉴于 UPC 地方分院作出的若干裁决——尤其在松下与 OPPO 案件中——表明 FRAND 问题可由 UPC 附带处理。”

代理的 Vivo 公司 UPC 诉讼的律师事务所认为，该申请属于独立主张而非“附条件主张”，并质疑 UPC 对此类主张作出裁决的管辖权。

Sun 专利与爱立信选择向不同 UPC 分院提出 FRAND 主张各有考量。Sun 专利的诉求可能受欧洲电信标准协会 (ETSI) 相关问题及法国法律影响。据报道，Vivo 在法国的高销售额亦是考量因素之一，而巴黎分院的法国法官在解读 ETSI 知识产权政策方面具有独特优势。

主张 FRAND 费率的理想之地

爱立信未就选择海牙作为诉讼地的原因发表评论，但此举绝非偶然。近期会议上，里安·卡尔登 (Rian Kalden) 和埃德加·布林克曼 (Edger Brinkman) 等荷兰法官均表示愿意裁决 FRAND 费率。

消息人士透露，荷兰电信公司 KPN 曾试图在海牙法院针对 OPPO 强制执行 FRAND 费率裁定，但未获成功。此案公开信息尚未披露。

曼海姆地方分院在松下诉 OPPO 案判决中亦展现出对 FRAND 条款的开放态度。该判决书中长达 26 页的 FRAND 条款部分，详细阐述了法院如何处理欧盟法院华为诉中兴裁决的解读及 FRAND 费率设定等议题。法官们显然认为有必要对 FRAND 条款进行详尽论述。

(编译自 www.juve-patent.com)

柏林交通公司起诉欧盟知识产权局：一项超越旋律本身的声音商标判决

2025年9月10日，欧盟普通法院就 T-288/24 号案件，即柏林交通公司（BVG）起诉欧盟知识产权局（EUIPO）一案，作出了一项值得商标行业从业者和品牌所有者密切关注的判决。法院撤销了 EUIPO“拒绝注册一项声音（即柏林公共交通运营商 BVG 用于其公交车上的简短广告曲）标志”的决定，确认了“简短和平淡”本身并不构成《欧盟商标条例》第 7 条 1 款 b 目下的有关驳回注册的理由。

这项裁决为人们审视显著特征这一概念，尤其是对于那些常被斥为“平淡”的标志，提供了一个清晰的视角。

背景介绍：两秒钟的旋律与法律挑战

简要事实如下：BVG 寻求针对第 39 类服务（包括运输和旅行安排）为上述两秒钟的声音商标（由四个可听见的音调组成）提出注册申请。EUIPO 的审查员驳回了该申请，而第五上诉委员会也维持了该驳回决定，认为这段旋律极其简短、平淡且具有功能性，因此无法被公众看成是一种有关商品/服务来源的指示。

经过审理，普通法院并不同意此观点。

法院的论证

简短并非障碍：普通法院重申，声音商标与其他类型商标适用相同的标准。法院认为，即使是一段简短的广告曲也可能具有足够的辨识度，足以被公众感知为商标，并且简单和“平淡”不等于不具有显著特征。法院指出：“申请商标的持续时间或其所谓的简单性或平淡性，这些本身并不妨碍人们识别出相应的旋律，它们不足以单独构成缺乏任何显著特征的障碍。简而言之，平淡不等于没有显著特征，这一区分在官方的驳回意见中常常被混淆，这也正是为何本判决对于从业者应如何处理此类基于绝对理由的驳回决定具有参考价值。

行业惯例、消费者认知与功能性：法院进一步认识到，在运输行业中，广告曲是较为常见的，它

们类似于视觉标识，能够起到声音标识的作用。消费者习惯于听到此类声音并将其与特定的服务提供商联系起来。法院认定其具有原创性和非功能性，并具有固有的显著特征，从而强化了其指示来源的能力。

与 EUIPO 实践的一致性：法院引用了运输行业先前注册的简短广告曲案例，包括：德国铁路公司的广告曲（欧盟商标号 18800487）；慕尼黑机场的旋律（欧盟商标号 17396102）。

EUIPO 的指南也引用了一些已被接受的音高和节奏各不相同的四音序列示例，从而确认了“简短和平淡”并不会让申请失去注册资格。

针对声音商标注册工作带来的启示

法院的推理具有更广泛的相关性。它为基于所谓“平淡性”作出的驳回（这在涉及简单形状、位置商标、单一颜色、简短标语和极简图形要素的案件中很常见）提供了反驳依据。这些标志本身并非天生无显著特征，但也并非天生就具有显著特征。在每一种情况下，决定性的问题在于，无论该标志多么简单，相关公众是否能够将其感知为有关某种来源的指示。

有关声音商标申请的实践指导

对于想要投资声音品牌的人士，该判决提供了几点指导：

聚焦辨识度：声音必须能让人留下印象。在嘈杂环境（如车站）中的使用可以支持其显著特征。

避免功能性声音：描述性或技术性的噪音不太可能符合要求。原创性是关键。

参考 EUIPO 的实践：如果审查员提出了异议，此时应援引可比的注册案例和指南中的示例来支持相关申请。

强调行业惯例：在声音品牌建设较为普遍的行业中，应证明消费者非常期待而且会将广告曲视为品牌信号，而非功能性声音。

结论

不言而喻，声音商标的可注册性取决于该声音本身是否具有显著特征，适用的判断标准是普通消费者是否会将其视为一个可记忆的来源指示符。正如 EUIPO 指南（B 部分第 4 章第 3 节第 15 段）所解释的，声音必须具有一定的辨识度，使相关公众能够将其识别为商标。如果声音被感知为具有功能性或缺乏内在特征（例如，由于过度简单或平淡），则会缺乏显著特征。然而，最近出现的这起案例表

明，简短、简单甚至“平淡”本身并不会自动排除开展注册的可能性。在声音品牌盛行的行业中，即使是两秒的广告曲也可能起到来源标识的作用。必须根据具体个案来进行判断。

对于从业者而言，该判决是一个及时的提醒，即应挑战那些将“平淡性”等同于无显著特征的驳回决定。法律要求不能仅以“平淡性”为由而发出驳回通知。

（编译自 www.mondaq.com）

彪马与 CMS Italy 一案中的“最佳情境”原则

2025 年 10 月 22 日，欧盟普通法院在 CMS Italy (fig.) 诉 PUMA SE 案（案件号 T-491/24）中作出判决，该判决对《欧盟商标条例》（EC）第 207/2009 号第 8（5）条（现为第 2017/1001 号条例第 8（5）条）的解释具有重要意义。法院不仅进一步澄清了欧盟商标法下“声誉”概念的实质性边界，还引入了一项具有系统性程序重要性的原则：欧盟知识产权局（EUIPO）有义务根据对主张被驳回一方最有利的假设（最佳情形）来评估案件。

事实与争议

该争议源于 PUMA SE 对意大利公司 CMS Costruzione Macchine Speciali S.p.A. 申请的图形商标“CMS Italy”提出的异议。该异议于 2013 年 11 月 21 日提交，依据的是第 207/2009 号条例第 8（5）条，基于 PUMA 的早期国际商标——广为人知的跳跃美洲狮图形，该商标在运动服装和鞋类领域享有盛誉。

2014 年 11 月 28 日，异议部门以未能证明早期商标的声誉为由驳回了异议。2015 年 1 月 26 日，PUMA 向 EUIPO 提起上诉，并提交了补充证据以证明其商标的声誉。然而，第二上诉委员会于 2016 年 1 月 29 日驳回了上诉（首次决定）。

2019 年 5 月 22 日（Puma/EUIPO-CMS, T-161/16, EU:T:2019:350），普通法院撤销了该决定，认为该上诉委员会错误地排除了用于证明 PUMA 商标声誉的早期 EUIPO 决定以及在上诉程序中提交的补充证据。

随后，第四上诉委员会于 2020 年 9 月 24 日通过了一项新决定（第二次决定），该决定再次被上诉。在 2022 年 10 月 5 日的判决中（Puma/EUIPO-CMS, T-711/20, EU:T:2022:604），普通法院再次撤销了该决定，认为上诉委员会未能对早期商标的声誉进行整体评估，仅局限于对标志的局部比较，且无正当理由排除所援引的其中一项在先商标。

在此次撤销后，EUIPO 第五上诉委员会通过了一项新决定，再次驳回了 PUMA 的上诉。尽管承认早期商标在多个成员国（德国、意大利、西班牙、英国和捷克）享有“至少中等程度的声誉”，但该上诉委员会认为争议商标之间不存在联系，且不会损害 PUMA 商标的声誉。

普通法院的裁决

经彪马再次提起诉讼，普通法院撤销了第五上诉委员会的决定，认定 EUIPO 存在法律错误。

尽管 EUIPO 承认了某种程度的声誉，但未能明

确评估对异议人最有利的假设，即在先商标的声誉为“高”甚至“非常高”。

判决第 31 段明确指出：“在此方面，必须认为，当 EUIPO 根据第 207/2009 号条例第 8（5）条进行审查时，仅认定在先商标具有‘至少平均’程度的声誉是不够的，而是必须精确确定该声誉的强度（平均、高或甚至非常高），这是整体评估关联性的相关因素，或者至少明确考虑对败诉方最有利的情况，在本案中即异议人。必须指出，在此背景下，‘败诉方’的概念是指其关于声誉强度的主张被 EUIPO 驳回的一方。”

法院进一步澄清，当 EUIPO 使用“至少”或“最多”等近似表述时，仍必须基于对败诉方最有利的情况进行明确推理（第 33 至 36 段）。若未如此操作，会损害对商标间是否存在关联性或对早期声誉造成损害的总体评估的正当性（第 34 段）。

因此，法院总结道：“必须认定，上诉委员会在整体评估涉案商标的关联性时，未明确考虑异议人所依赖的‘非常高’声誉程度的最佳情形，从而违反了上述第 31 至 37 段规定的义务，并因此构成法律错误”（第 54 段）。

法院指出，这一遗漏构成推理缺陷，削弱了对商标间是否存在“关联”及是否可能损害在先商标声誉的整体评估之分析合理性。

“最佳情况”原则与 EUIPO 的程序审慎义务

通过本判决，普通法院确立了一项普遍方法论

原则：当 EUIPO 的认定存在不确定性或基于弹性表述时，其评估必须考虑对在先商标权人最有利的假设。

该义务体现了行政审慎义务的具体应用，要求该机构“审慎且公正地审查案件所有相关事实与法律要素”（第 37 段）。

由此可知，若仅认定“至少中等程度的声誉”，未审查是否可能达到更高程度，则该决定存在事实认定不完整及法律瑕疵，因其未能考量当事人提出的所有事实可能性。

法院同时明确指出，隐含或推论性推理无法弥补此缺陷：对“最佳情境”的评估必须在裁决理由中明确体现。

据此，争议决定被全数撤销，案件发回上诉委员会依据法院确立的原则重新审查。

结论

该裁决的意义远超 PUMA 与 CMS Italy 之间的争议。“最佳情形”原则标志着 EUIPO 决策透明度与可预测性迈出了重要一步。

它要求该机构全面论证其评估，不仅要考虑最可能的评价结果，还要考虑对败诉方最有利的假设情境。通过此举，普通法院强化了在保护具有声誉的商标时的程序审慎标准和分析严谨性——这一做法增强了欧盟商标体系决策的公平性和可信度。

（编译自 www.jdsupra.com）

德国法兰克福高等法院裁决支持雇主在发明人报酬问题上的立场



在德国,《雇员发明法》规范了雇员与雇主在雇佣期间所创造发明相关的权利义务。法兰克福高等地区法院近日针对牙科材料制造商 Kettenbach 与前雇员之间的纠纷,就雇员补偿主张作出了一项重要判决。

该判决终结了自 2018 年持续至今的法律纠纷,该案在审理过程中曾移交德国联邦最高法院审理。该判决强化了雇主立场,确认其有权撤销超出法定要求的补偿协议,即使协议已实施多年亦可如此。

由首席法官阿恩·哈瑟领导的第六民事审判庭采纳了家族企业 Kettenbach 的论点——这家德国牙科化学材料专家主张存在“实质不公平的报酬协

议”,雇主随后予以废止(案号:6U172/20)。

《雇员发明法》提供依据

Kettenbach 通过详细计算证明,自 2012 年起该公司一直向雇员支付的发明补偿金超过法定标准的 100%。自 2017 年起,公司根据法定条款向发明人支付补偿,其中包含法院认定合理的“份额系数”。该系数考量了公司对发明的贡献,例如提供的材料。该员工要求延续此前补偿方案直至 2035 年专利权到期,并追溯索要 2017 年起的补偿款项。

此外,高等地区法院驳回了“企业惯例”主张。在德国劳动法中,该概念指定期、统一且无条件提供的自愿性福利,如圣诞奖金和假期津贴。虽然这可能形成法定权利,但联邦劳动法院判例明确指出,该原则仅适用于不存在其他集体或个体法律依据的情形。根据联邦最高法院 2024 年 11 月由克劳斯·巴赫(Klaus Bacher)法官主持的临时上诉裁决(案号:XZR37/22),《雇员发明法》即构成此类法律依据。

(编译自 www.juve-patent.com)

晶澳与正泰的专利纠纷案件因 UPC 裁决出现转机

晶澳(JingAo)与正泰新能(Astronergy)这两家中国太阳能竞争对手在统一专利法院(UPC)慕尼黑地方分院作出决定性裁决后达成和解。该协议终结了欧洲迄今规模最大的中国太阳能电池制造商专利纠纷。

UPC 的裁决本可能导致正泰当前大部分产品线被禁止进入西欧市场。在 2024 年 10 月欧洲专利局一审作出不利裁决后,晶澳的诉讼形势出现逆转。双方随后达成专利许可协议。

UPC 慕尼黑分院裁定,中国企业正泰集团(Chint)及其德国与荷兰子公司正泰新能生产的 ASTRO N 系列太阳能组件侵犯了晶澳的专利权(案号:UPC_CFI_425/2024,UPC_CFI_751/2024)。由主

审法官马蒂亚斯·齐根(Matthias Zigann)领导的合议庭下达了销售禁令。

晶澳太阳能持有的 EP2787541 号专利构成本次侵权诉讼基础。该专利涵盖 TOPCon 技术——这项由 LG 电子最初申请的新一代太阳能电池创新技术。涉案专利在德国、法国、意大利、荷兰及英国均具法律效力

欧洲专利局于 2024 年 10 月在初审中维持该专利有效,异议部门维持授予状态。上诉程序正在进行中,上诉委员会已于 2025 年 10 月 23 日发布临时意见。

UPC 禁止 6 款正泰新能的 ASTRO N 系列产品未来在德国、法国、意大利和荷兰销售,并威胁对

每件违规产品处以 2 万欧元罚款。被告方还须支付 12.4 万欧元的临时诉讼费用。

UPC 完全驳回了被告的撤销反诉请求。正泰新能源原可于明年 1 月底前提交上诉，但随着双方宣布就 TOPCon 相关专利达成交叉许可协议，该上诉程序现已失去意义。

避免进一步诉讼

这家中国制造商晶澳还卷入了另一场涉及该太阳能电池技术的欧洲纠纷。欧洲专利局针对同技术

领域的 EP4092759 号专利展开了平行程序。10 月中旬，欧洲专利局异议部门以“增补事项”为由宣告 EP4092759 号专利完全无效。据媒体消息称，晶澳太阳能计划提起上诉。

英国的“长臂管辖权”问题未在 UPC 审理中提出。晶澳太阳能曾尝试提出类似公平、合理、无歧视（FRAND）原则的异议，主张涉案专利对太阳能电池技术具有必要性，但法院驳回了该主张。

（编译自 www.juve-patent.com）

英国

专家称英国新指南或将推动国民医疗服务体系创新



英国国家医疗服务体系（NHS）最新发布的知识产权开发指南有望加速创新进程，并促进科研成果的有效转化，专家如是说。

此次更新是近 25 年来 NHS 知识产权指南的首次修订，旨在指导 NHS 信托机构及研究人员如何充分利用 2002 年以来技术变革带来的机遇。

该指南还旨在简化 NHS 相关机构的合作流程与知识产权管理，为项目加速开发和授权铺平道路，使其能更快应用于医疗场景。

品诚梅森律师事务所医疗法律专家路易丝·富尔伍德（Louise Fullwood）指出，新指南将为开发商和科技公司创造与 NHS 合作开发潜在项目的全新机遇。

“相较 2002 年旧版指南，这是重大转变——此前指南坚持 NHS 信托机构应独占自主研发及合作产生的知识产权并进行商业化利用，”她指出，“实际操作中，繁忙的信托机构往往难以胜任此项工作，导致创新进程受阻延误。”

“新指南来了个 180 度大转弯，承认商业合作伙伴可能更适合开发此类知识产权，并对将知识产权转让或许可给这些合作伙伴持更宽松的态度。指南还提供了措辞简明的模板文件以促进此事——若采用这些模板，将极大加快谈判进程，使重要创新成果更快投入一线使用。”

“但要使之有效运作，双方必须接受模板的简洁性，避免用以往或他处的条款和规定进行过度修饰。”

针对 NHS 机构的新指南方针要求：根据新原则更新和审查知识产权政策，并任命高级责任官员监督创新及合作关系的治理与决策。

同时要求加强员工知识产权管理培训，并探索

如何通过大学或孵化器等渠道获取技术转移能力（TTC），以更有效地利用这些知识产权。

公告中政府援引案例指出，某科技公司与 NHS 研究人员的协作计划因长达两年的法律谈判而搁浅，导致项目投资与关注度双双流失。

该指南由英国国家卫生研究院（NIHR）协同制定，旨在推动更多收益回流至 NHS，并在组织内部培育更多基层创新。

卫生创新部长祖比尔·艾哈迈德（Zubir Ahmed）表示：“新版指南简化了繁文缛节，为加速医疗服务

创新提供了必要清晰度。”

“通过夯实基础，我们能推动转型进程，实现创意在国内外市场的转化，巩固英国在全球健康与生命科学研究创新领域的领导地位。”

“最重要的是，它将确保创新成果——从提升患者护理质量、优化服务效率到实现合理商业回报——直接惠及患者、医护人员及整个国民医疗服务体系，从而强化其核心职能。”

（编译自 www.pinsentmasons.com）

英国对应商标持有人面临“使用或丧失”的商业风险

专家敦促英国境内持有对应商标的权利人在 2026 年 1 月 1 日截止日期前开始使用这些商标。

距离到期仅剩半个多月，品诚梅森品牌专家吉尔·丹尼斯（Gill Dennis）表示，对应商标持有人应在 2025 年底前使用这些商标，以免丧失权利。她强调：“使用必须真实有效，即需涉及商标的实际商业运用，而非仅为维持注册而进行的象征性使用。”

英国正式脱欧后，欧盟商标（EUTM）不再覆盖英国境内。为弥补这一缺口，英国知识产权局（UKIPO）于 2021 年 1 月 1 日脱欧过渡期结束时创设了对应的英国商标。

此举确保了欧盟商标持有人在英国脱欧后，其商标在英国境内能获得与在英国本土申请注册商标同等的法律保护。

与其他英国注册商标相同，此类对应商标需满足“使用”要求。若连续五年未使用该商标，其有效性将面临质疑，持有人须提供未使用理由的正当说明。若无法提供合理依据，该商标可能被“撤销”——即从英国商标注册簿中注销。

尽管英国脱欧时制定的法律安排曾规定，在欧盟（当时包括英国）的使用可视为对英国同等权利

的使用，但 2021 年 1 月 1 日之后的使用必须发生在英国境内。若未能满足此要求，对应权利自 2026 年 1 月 1 日起（即权利产生五年后）将面临因未使用而遭撤销的风险。

品诚梅森商标专家德西蕾·菲尔兹（*Désirée Fields*）指出，许多同类商标持有人可能尚未意识到使用要求的变更。若企业和个人未能及时采取行动，其商标将面临风险。“若您的英国对应商标因未使用而被撤销，您将丧失在英国的商标权。”

菲尔兹指出，若商标持有人错过该期限，虽可在 2026 年 1 月 1 日后重新申请英国商标注册，但此举存在多重弊端：“尽管英国对应商标系自动生成且无需成本，但重新申请将产生财务及资源成本。您还将丧失原欧盟商标的申请优先权。若此时第三方已成功注册与您商标相似的英国商标，他们可能凭借更早的申请日期对您的申请提出异议，这将产生严重后果。”

丹尼斯指出，商标权人若此刻不采取行动，还可能面临第三方发起的异议。“若新商标申请提交后长期未投入使用，第三方可能以恶意为由对该商标申请或注册提出异议，主张申请人无实际使用意图，

且新申请系为‘永久保留’权利而恶意提交。”

英国商标注册处登记了对应的英国商标。这些商标虽保留原欧盟商标申请日，但作为独立的英国商标，可与原欧盟商标分开管理和商业化运营，仅在英国境内享有商标权。现有欧盟商标仍为欧盟成员国提供商标保护。英国企业和个人仍可按脱欧前方式注册欧盟商标。

商标持有人亦可借此机会在截止日期前审视其商标组合。菲尔兹建议：“若此类商标使用方式已不符合当前商业战略，则需评估对应英国商标是否仍是商标组合中必要且具成本效益的组成部分。若非如此，则可考虑不予续展。”

（编译自 www.pinsentmasons.com）

土耳其

土耳其专利法与统一专利法院之间的趋同现象

统一专利法院（UPC）在投入运营仅两年后，便已开始塑造有关“等同侵权”的跨境理论。在 2024 年年末至 2025 年中这段期间，4 项具有里程碑意义的一审判决，即 *Plant-e* 诉 *Bioo* 案（海牙地方分院）、布鲁塞尔地方分院负责审理的 CFI376/2023 号案件、曼海姆地方分院的 CFI471/2023 号案件以及 *N.J.Diffusion* 诉 *Gisela Mayer* 一案（巴黎地方分院），确立、完善并最终统一了可用来根据《统一专利法院协议》第 26 条、《欧洲专利公约》第 69 条及其解释议定书来评估“功能等同”的分析框架。

这一源于欧洲的框架与已编入《土耳其工业产权法典》第 89 条 5 款的方法产生了密切的共鸣，该条款以明确的技术功能术语定义了上述等同理论。根据该规定，专利授予的保护不仅会涵盖权利要求的字面内容，同时还会延伸至与权利要求中所述要素“等同”的要素，前提是这些要素能够以实质上相同的方式来实施实质上相同的功能并产生实质上相同的结果。

这一“三部分检验法”（即功能、方式、结果）创建出了一个狭窄的技术标准，排除了诸如公平性

或可预见性等考量因素。土耳其的法院，特别是安卡拉和伊斯坦布尔的专门知识产权法院，一直都在采用此方法，即审查遭到指控的侵权特征是否执行了相同的操作、采用了相同的技术手段并以此达到了与要求获得保护的发明相同的结果。只有当所有 3 个条件都满足时，才会被认定构成了等同侵权。

在将土耳其法院的做法与 UPC 的判例相比较时，从概念上最为接近的案例可以参见曼海姆地方分院于 2025 年 6 月 6 日作出的判决（编号 CFI471/2023）。然而，曼海姆的合议庭坚持认为，只要专利的特征与遭遇指控的“变体”之间不存在技术功能上的等同效应，就必须排除构成等同侵权的可能性。与土耳其法院一样，曼海姆的地方分院也只专注于技术上的可替换性，而未考虑到专利权人是否应获得更广泛的保护，或者第三方是否本可以预见出现此类“变体”。

相比之下，早前海牙地方分院在 *Plant-e* 起诉 *Bioo* 一案中作出的判决则反映出了一种范围更广泛、更偏向政策性考量的等同概念。海牙地方法院适用了一个包含技术和规范性考量的“四问题框

架”：变体是否达到了相同的技术效果；扩大保护范围对专利权人来讲是否公平；是否会维持针对第三方的法律上的确定性；以及该变体相对于现有技术是否仍具有新颖性和创造性。

海牙地方分院的这种做法，因其引入了公平性和可预见性等平衡因素，已显著超出了土耳其法院的审理思路。

虽然布鲁塞尔地方分院向土耳其法院的审理思路靠近了一步，但并未完全对齐。

在于 2025 年 1 月作出的裁决（编号 CFI376/2023）中，布鲁塞尔的法官将等同性测试简化为了一项功能效果标准，仅询问了修改后的手段是否可以实施相同的功能或至少实现相同的效果。

虽然这使得上述分析观点更接近于第 89 条 5 款中的“功能”和“结果”这两项内容，但它省略了“以相同方式进行运作”的要求。

相比之下，土耳其法院将这种“方式”要素看成是不可或缺的；它确保了除非技术运作模式也等同，否则仅目的或结果之间存在相似性是不具备足够的说服力的。

最后，巴黎地方分院在 N.J.Diffusion 诉 Gisela Mayer 一案（2025 年 8 月 1 日，编号 CFI363/2024）中作出的裁决，代表了 UPC 向同一技术理念逐渐趋同的最终结果，尽管其表述更为简化。

在审查了 Plant-e 案、布鲁塞尔案件和曼海姆案件之后，巴黎的合议庭采用了其所谓的“最低共同标准”测试：即修改或替代的手段是否实施了基本相同的功能以实现基本相同的效果。

这条规则省略了对“相同方式”标准的明确引用，但在实践中，此举体现出了与土耳其法院审理思路基础相同的“功能与结果”等同原则。

法院之所以否认“构成了等同”，具体讲是因为被控侵权产品的部件是服务于不同功能的，因此产生了不同的效果。该推理思路与土耳其法院可能得出的结论完全兼容。

简而言之，曼海姆地方分院的推理最忠实地反映了土耳其法院的审理思路。两者都采用了纯粹的技术性与客观的分析，询问被控侵权的实施方案是否采用了相同的方式、执行了相同的功能、并产生了相同的结果。

布鲁塞尔和巴黎采用的方法可以被视为对此规则的部分体现，即捕捉到了相应的功能本质但又简化了其结构。

另一方面，海牙 Plant-e 案的框架则相距最远，该框架引入了土耳其判例法中所没有的衡平法和某些政策维度。

值得注意的是，尽管 UPC 最初尝试了范围更广泛、由政策驱动测试方法，但其后续的发展（尤其是在曼海姆和巴黎）已经倾向于土耳其立法机构早已确立的严格技术等同模式。

因此，土耳其的成文法与 UPC 的判例法现在正趋同于一个共同的欧洲标准：一个不是通过公平性或可预见性概念，而是通过权利要求范围内的客观功能同一性来定义“等同”的标准。

（编译自 www.mondaq.com）

如何在土耳其开展酒精类产品的品牌建设与营销工作

在土耳其，酒精类产品的品牌推广和营销是在异常严格的法律框架内进行的。商标注册和产品促销工作同时会受到知识产权和公共卫生法规的双重限制。



在土耳其注册商标前，人们必须同时考虑到《知识产权法》中的内容以及可能限制商标使用的行业特定法规。如果仅根据《知识产权法》下的规定开展商标可用性检索，可能带来的结果就是，最终获得的注册商标虽不构成侵权，但在酒精领域中却无法投入使用。反之，若人们只关注监管要求而未进行知识产权管理的话，那么则可能会在未来的某一日突然发现自己正在使用一个存在着侵权风险的商标。

尤其是在酒精和烟草等受到严格品牌、广告及产品展示限制的行业中，商家尽早采取整体性的策略是一件至关重要的事情。这意味着需要同时从法律层面上评估进行注册与监管的可能性，以避免陷入到代价高昂的冲突中，并从市场上被迫撤掉商品。

品牌延伸与使用限制

根据土耳其的法律，严禁在非酒精产品或不相关产品上使用酒精饮料的商标或类似的显著标识。烟草和酒精管理局负责执行此规定，旨在防止对酒精饮料进行间接的宣传。

土耳其的法规会禁止以下行为：

在非酒精商品上使用酒精饮料的品牌、徽标、标识或类似显著标识，反之亦然；

在包装、外观设计或营销元素上，营造酒精与非酒精产品之间在视觉或概念上的关联；

生产两类产品的有关各方之间存在着任何促销或商业关系。

所有参与生产、进口、分销和零售的个人和公

司均需承担责任。此举旨在尽量减少公众间接接触酒精类产品的营销活动，并降低公共健康风险。

上述管理局会严格执行这些规定。在 2015 年的两项裁决中，管理局认定，若酒精饮料商标的注册日期晚于同名非酒精饮料商标，则不得使用该酒精饮料的商标。涉事公司需按照要求将此类产品撤架，否则将面临行政罚款。同样地，若酒精商标注册在先，则后续在非酒精产品上使用该商标的行为也会被禁止。

因此，在为酒精饮料申请商标时，建议先进行全面的跨类别检索，而不仅仅局限于酒精商品所属的类别（如第 33 类）。这将有助于最大限度地降低因其他类别中存在重叠的非酒精产品而导致注册商标无法使用的风险。

严格广告禁令下的酒精营销

在土耳其，法律严格禁止所有形式的酒精饮料广告和促销行为。此禁令涵盖所有媒体和公共传播形式，包括：

电视、广播、影院、印刷媒体、数字及社交媒体以及户外广告；

产品植入和赞助；

鼓励消费或销售的宣传活动、促销或事件。

酒精生产商、进口商和营销商在任何情况下都不得向消费者广告推销其产品。他们也不能使用酒精产品名称、徽标或标志进行活动赞助。唯一的例外是持有执照、可在场内消费酒精的场所，这些场所被允许在服务物料上展示品牌或标识。

在电视剧、电影和音乐视频等视听媒体中，必须避免出现酒精饮料或可能促进其消费的图像。同样，各家公司不得分发与酒精相关的免费样品、礼品或促销物品。

这些严格的限制在合法合规与品牌可见度之间造成了紧张关系。由于直接的广告行为被明令禁止，因此酒精公司一直在采取具有创意但在法律上有些

“敏感”的策略来提升品牌认知度。

一种常见的方法是使用替代商标或子品牌，这些商标或品牌会模仿主品牌的设计、色彩或基调，但不做任何明确的引用。这种间接的品牌推广旨在唤起消费者对原始品牌的联想，同时还能避免公开宣传酒精类产品。

然而，此类策略存在风险。广告委员会有多项裁决认定，如果消费者能够将间接的引用行为与酒精产品联系起来，那么这可能会被视为隐性广告。只有当替代品牌与酒精没有任何直接或语境上的联系时，它才符合法律规定。例如，纯粹是涉及审美或生活方式的、且与特定饮料无关的口号。

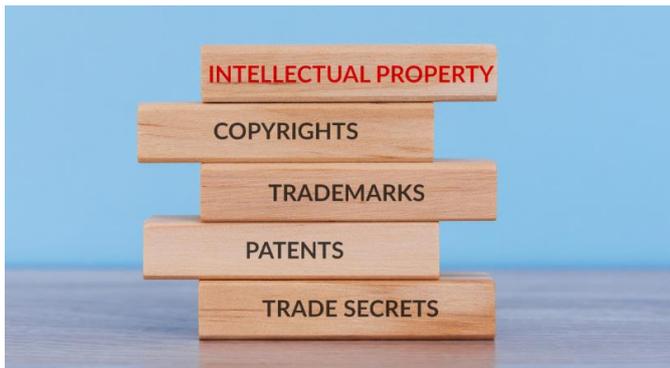
广告委员会既往作出的裁决表明，他们对任何形式的酒精广告或间接品牌引用行为均持零容忍态度。即使是通过颜色、风格化或口号进行的暗示性关联，也可能带来处罚。只有当替代商标完全脱离酒精营销活动才是合法的，而使用某些语境线索（如事件、社交媒体标签或生活方式信息）的营销

活动通常会被视为隐性广告。广告委员会对法律进行了广义的解释，将公共健康置于商业言论自由之上。然而，在极少数情况下，该委员会也承认，如果无法合理建立与酒精产品的关联，那么相关的行为可能会被允许。

在土耳其，酒精类产品的品牌推广和营销是在异常严格的法律框架内进行的。商标注册和产品促销工作同时会受到知识产权和公共卫生法规的双重限制。虽然各个公司可以使用替代元素来建立品牌认知，而不展示酒精类产品或直接将其与酒精饮品推广联系起来，但任何被视为与酒精饮料有关的关联都可能带来严厉的行政处罚。因此，要在这个市场中取得成功，需要具备战略远见、开展尽职调查以及负责的品牌推广，谨慎地在创意与全面合规之间取得平衡。对商标选择和营销活动采取全面的做法，是防范监管风险的最佳途径。

（编译自 www.mondaq.com）

土耳其软件与人工智能创新的保护问题：版权、专利与商业秘密



版权保护：创作完成即自动获得保护

根据土耳其法律，软件在《第 5846 号知识与艺术作品法》（以下简称为版权法）的范围内可以受到保护，并被认定为“文学和科学作品”。要使软件符合“作品”的资格并受益于版权保护，它必须：是智力努力的产物；反映出创作者的个性；并且能以有

形的形式表达。

版权保护的是软件的表达形式，即诸如代码等软件的具体化形式，而非其构思或功能。算法、技术构思或软件所提供的功能不在这种保护范围之内。版权保护在软件创作完成时自动产生，不强制要求当事人进行注册或通知。

版权保护最显著的优势在于，自以有形的形式创作出软件之后，保护可立即开始。然而，这种保护仅涵盖代码本身，它并不保护软件所提供的技术方案或功能。这种情况造成了一种空白，尤其是在竞争激烈的技术市场中，它阻止了竞争对手复制代码，但却无法阻止他人使用不同的编码方法来实现软件的功能。

专利保护：技术创新的盾牌

无论是土耳其的《工业产权法》还是《欧洲专利公约》，都将“计算机程序本身”排除在可授予专利的主题之外。然而，当软件展现出技术特征（例如，产生了有形的技术效果）时，只要其同时满足新颖性、创造性和工业实用性的标准，它便可能获得专利保护。

尽管“技术特征”的概念并未在立法中明确定义，但它在专利评估中起着决定性作用。根据欧洲专利局的方法，要使软件能够被认定为具有技术特征，它必须产生超出“程序与计算机硬件之间正常物理互动”范围之外的结果。

在确定技术特征时，有两种不同的方法：进一步的技术效果；和任何硬件。根据“进一步的技术效果”这种方法，要使软件被认定为具有技术特征，必须存在一个超出了“软件与计算机之间正常物理相互作用”的技术效果。是否存在着进一步的技术效果，将根据每个具体案件的实际情况来确定。对于要获得认可的“进一步的技术效果”，这种效果是发生在计算机内部还是外部并不重要。相应地，即使进一步的技术效果是在计算机内部因软件运行而产生的，它也可以受到专利保护。

例如，虽然一个计算税款的程序不会被视为具有技术性，但一个使手机摄像头能够识别物体（涉及图像处理和物体识别算法）的应用程序，或者能够优化机器性能的软件，则可以被认定为具有技术效果。

上述的“任何硬件”方法除了要求“进一步的技术效果”外，还要求存在硬件（如计算机或智能手机）才能获得专利资格。在实践中，欧洲专利局（EPO）和土耳其专利商标局（TPTO）在审查软件相关发明时均遵循了这种“任何硬件”方法。在此背景下，当权利要求中规定了计算机或移动电话等技术设备时，该发明即被认定为具有技术性，进而会继续进

行有关新颖性、创造性和工业实用性的标准评估。

近年来，特别是在软件专利的保护范围内，最具争议的话题是人工智能在专利保护中的定位。与传统软件一样，如果人工智能相关发明能够展现出技术特征并满足一般的专利性要求，则可以获得专利保护。

另一方面，与传统软件类似，人工智能模型并非总能产生技术结果。例如，仅生成文本、对文档进行分类或执行类似认知任务而缺少技术目的的人工智能系统会被视为不可获得专利保护。然而，在技术背景下应用的人工智能模型，例如在医疗设备中检测不规则的心跳，如果依照上述“任何硬件方法”与物理元件一同要求获得保护，则可以获得专利权。

当新颖性主要体现在用于训练的数据集，而非人工智能模型的结构或功能时，专利性问题就会变得复杂。这是因为数据本身并非技术贡献，并且通常更适合利用有关商业秘密的条款来进行保护。相反，如果创新点在于人工智能模型的架构或结构组件，例如，该模型是全新开发的，或者对现有模型的结构进行了技术性修改和改进，那么这些结构性的创新就可以构成专利申请的基础。

当新颖性要素集中在数据集时，发明是否可得专利保护？这个问题是美国联邦巡回上诉法院于2025年4月18日就 *Recentive Analytics Inc.* 起诉 *Fox Corp.* 一案所作裁决的焦点。法院强调，仅仅将已确立的机器学习方法应用于新的数据环境是不可获得专利的。创新不能仅仅在于使用了不同的数据集，而必须在模型的架构、训练方法或技术应用方面作出原创性的贡献。

商业秘密：解决“黑箱”问题的一种方案

在专利申请中，发明所解决的技术问题以及如何解决该问题必须被清晰、完整地公开出来。例如，如果对发明作出贡献的要素是一种算法，则该

算法必须被清晰地呈现。然而，如果新颖性仅与数据的使用有关，而算法并非发明的一部分，那么公开算法可能就不是一个强制性的要求。

人工智能发明在满足专利制度的公开要求（即清晰、完整地描述发明以使他人能够复现）方面提出了实际的挑战。许多人工智能系统作为“黑箱”运行，即使是开发者也无法完全解释系统是如何得出结果的。逐步解释一个拥有数百万个参数的神经网络的决策过程，在实践中或许是不可能的。

包括世界五大知识产权局（IP5）在内的全球知识产权机构近来强调，人工智能相关发明仍然必须以可复现和可重复的方式进行公开。

在土耳其，商业秘密受《第 6102 号土耳其商法典》中不正当竞争条款以及某些特别法律的保护。考虑到专利保护要与公共利益进行平衡，根据《知识产权法》最长只能提供 20 年的保护且注册流程漫长、成本高昂，技术领域发展又非常迅速，同时在注册过程中还会要求申请人进行技术披露从而让竞争对手轻易地获取到技术信息等问题，显而易见，专利保护并非总是符合权利持有人的利益。在此类情况下，将软件和技术解决方案作为“商业秘密”进行保护可能更符合权利持有人的利益所在。

结论与战略建议

在当今这个由技术驱动的环境中，软件和人工智能系统模糊了艺术表达与技术发明之间的界限。明智地结合知识产权工具并采用混合保护策略是一件至关重要的事情。

在知识产权法中，确定哪些工具可以保护软件和基于人工智能的系统，需要从技术和法律角度进行多层次的评估。根据土耳其的法律和国际实践，可以明确的是，软件在其表达形式方面可以受到版权保护。然而，包含技术贡献并满足特定条件的软件也有可能受到专利保护。

具体就人工智能而言，技术贡献的存在、满足公开要求的可行性以及新颖性是否仅在于数据的使用等因素，在可专利性评估中具有决定性的作用。尽管如此，考虑到人工智能的“黑箱”性质，在商业秘密保护和专利保护之间作出选择也很重要。

因此，整件事的关键就在于识别创新真正存在于何处（是在创造性的代码中、技术架构中，还是在智能化的数据使用中）并量身定制出一种能够确保法律保护和商业优势的知识产权战略。

（编译自 www.mondaq.com）

尼日利亚

尼日利亚海关与食品药品监督管理局开展的知识产权执法工作：保护人们的品牌

尼日利亚海关总署（NCS）是该国联邦财政部下属的一个准军事组织，其任务是监管和促进贸易活动、针对营业收入开展征收工作以及保护尼日利亚的经济。其日益增长的责任还包括在尼日利亚保

护知识产权，尤其侧重于那些在边境地区出现的各类活动。

尼日利亚食品药品监督管理局（NAFDAC）是联邦卫生部下属的一个监管机构，该机构成立的目

的是通过确保人们只会在尼日利亚制造、进口、出口、分销、广告推销和销售那些安全且质量受控的食品、药品、化妆品、医疗设备及其他受管制产品，来保障公众的健康。

尽管其主要的关注点是公共健康，但 NAFDAC 在知识产权执法方面却扮演着关键角色，尤其是在涉及侵犯了商标权、专利权和版权的假冒和不合规受管制产品的情况下。

NCS 在知识产权执法过程中的关键作用

边境措施：NCS 会在尼日利亚的港口、陆路边境和机场等场所监控进出口活动。其有权扣留、没收和销毁涉嫌侵犯了知识产权的货物，特别是在那些涉及假冒药品、奢侈品、电子产品和盗版媒体的案件中。

权利登记：NCS 鼓励知识产权权利人将其商标或版权在海关总署进行登记。此类备案可使海关官员在货物查验期间能更容易地识别出假冒的品牌商品。

风险评估与情报：NCS 可运用风险分析技术，并与知识产权所有人和国际伙伴展开合作，以检测可疑货物。来自利益相关者的情报有助于识别和锁定侵权货物的运输业务。

机构间与利益相关者协作：NCS 与 NAFDAC、标准局 (SON)、尼日利亚警方等机构合作打击了知识产权犯罪活动。此外，他们还与世界知识产权组织 (WIPO)、世界海关组织 (WCO) 和国际刑警组织 (INTERPOL) 等国际机构展开了合作。

能力建设与意识提升：NCS 为相关的官员开展了关于如何识别假冒商品和理解不同知识产权制度 (商标、版权、专利) 的培训。他们还与私营部门参与者和权利人合作举办了宣传研讨会。

NAFDAC 在知识产权执法过程中的关键作用

监管与产品注册：所有属于 NAFDAC 管辖范围内的产品必须经过注册，才能在尼日利亚合法地销

售。在此过程中，商标和专利元素会被记录在案，这有助于防止仿冒或侵权产品进入市场。

市场监督与执法：NAFDAC 会在市场、商店和仓库进行突击检查与巡查，以识别并清除假冒或不合格产品。许多假冒物品侵犯了商标或品牌名称，使得这些执法行动也与知识产权有关。

与知识产权所有者展开合作：NAFDAC 与制造商、分销商和知识产权权利人进行合作，根据假冒商品的报告采取行动。公司通常会提供产品真伪鉴定工具和情报，以协助 NAFDAC 的官员。

边境管制：NAFDAC 在入境口岸与尼日利亚海关总署协同工作，检查进口的受管制产品是否符合规定并且是真实可靠的。假冒和知识产权侵权产品的查扣常在此阶段发生。

起诉与法律制裁：在查获到既违反安全标准又侵犯知识产权的假冒商品后，将根据 NAFDAC 的执法框架起诉当事人。这对那些会带来公共健康风险并构成知识产权侵权的行为构成了法律层面上的威慑力。

面临的挑战

尽管 NCS 和 NAFDAC 在保护尼日利亚边境和市场免受假冒和侵权产品危害方面扮演着关键角色，但它们都面临着若干会限制其效力的挑战。因此，有关结构性和可操作性的问题依然存在。具体而言：

缺乏自动化且全面的正式海关知识产权备案系统；

腐败和漏洞百出的边境使得一些假冒商品得以蒙混过关；

有限的技术专长和工具阻碍了区分真品与仿制品的能力，尤其是针对高质量的仿制品；

机构间的协调和信息共享时有不足；

造假者的手段日益高明，有时能极其逼真地模仿合法包装；

用于进行全面市场监督的人力和技术资源有限；

薄弱的法律体系的威慑力可能会阻碍起诉工作；

与 SON 和海关等其他机构的管辖权重叠，可能造成执法上的空白或延误。

未来方向

以下是解决 NCS 和 NAFDAC 在知识产权执法中所面临挑战的方案：

实施集中化的数字知识产权备案系统，以简化边境执法流程；

为海关官员提供定期培训和技术资源；

加强与私营部门的合作，以获取实时情报和产品真伪鉴定工具；

加强关于边境知识产权犯罪的法律规定和处罚力度；

加强与知识产权利益相关方和权利人的协作，共享情报和产品真伪鉴定工具；

投资先进技术（如条形码和移动认证系统）以追踪产品；

加强法律和政策框架，以实现快速起诉和更严

厉的处罚；

改善针对 NAFDAC 官员在知识产权识别和保护方面的培训与能力建设活动。

结论

尼日利亚的知识产权执法工作对于保护消费者安全、鼓励创新和促进公平竞争而言是至关重要的。NAFDAC 和 NCS 在这一过程中发挥着重要作用。

NAFDAC 侧重于健康相关产品的监管，并积极打击那些常常侵犯到商标权和专利权的假冒伪劣商品，而 NCS 则作为国家边境的第一道防线，拦截和防止侵犯了知识产权的商品进口。

这些机构共同构成了尼日利亚知识产权执法框架的重要组成部分。然而，它们的表现常常因技术专有知识的缺乏、法律基础设施的薄弱以及机构间的协调不足等挑战而受到限制。

通过改进培训、采用技术、法律改革以及与权利人加强合作来解决这些问题，将极大增强它们打击知识产权侵权行为的能力。因此，强化 NAFDAC 和 NCS 的作用对于促进知识产权保护和确保尼日利亚更安全、更透明的市场环境来讲是至关重要的。

（编译自 www.mondaq.com）

尼日利亚的商标撤销程序

商标撤销是指由商标注册官或法院通过法定程序，将已注册商标从官方商标注册簿中注销或移除的行为。本质上，这件注册商标将不再受法律保护，商标所有人会丧失将该标志用于商业用途的专有权。

在尼日利亚，人们可以根据法律规定的任何理由，并在满足尼日利亚工业产权局（NIPO）提出的若干条件后，申请撤销掉已完成注册的商标。在尼日利亚申请撤销商标的主要理由通常是商标未使用和未续展。

根据 2004 年《尼日利亚商标法》第 31 条 1 款的规定，已注册商标可因其注册的特定商品而从商标注册簿中移除。任何能够向注册官或法院证明其具有充分利益的人士，均可提出申请以启动此项移除程序。《商标法》规定了向商标注册官申请撤销已注册商标的各种理由。

在尼日利亚进行商标撤销工作的理由

撤销已注册商标的理由包括未使用、未续展、未能遵守先决条件、注册是通过欺诈手段获得的等。

未使用：《商标法》允许人们在商标未被使用的

情况下将其撤销。其中一个撤销理由是商标在注册时并无真诚的使用意图。在这种情况下，直至提出撤销申请的前一个月，该商标不应有任何实际的使用。寻求撤销的一方必须证明商标所有人从未打算使用该商标，并且在该期间内商标也未被使用过。另一个撤销理由是，截至申请日期的前一个月，该商标已连续至少 5 年未被使用。即使最初有真诚的使用意图，但是如果该商标相对于对应的商品或服务在 5 年零 1 个月内仍未使用，仍可被撤销。

基于未使用理由进行撤销的例外情况

《商标法》规定了涉及以未使用为由撤销商标的例外情况或抗辩理由。

善意使用：如果商标所有人在其注册的商品上已善意使用了该商标，那么这件标志可免于因未使用而被撤销。这种使用必须发生在可提出撤销申请的相关期限之内。然而，如果寻求撤销的申请人已根据《商标法》第 13 条 2 款获准就同类商品注册相同或近似的商标，或者尽管存在在先使用，但审判机构仍允许开展此类注册的话，那么上述例外规定就不适用。

特殊情况：导致商标所有人无法使用商标的特殊情况，也可作为对抗因未使用而被撤销的理由。非因商标所有人有意放弃商标，而是由于其无法控制的因素导致的未使用，可构成有效抗辩。例如，如果政府禁令限制了某个行业（如加密货币），则该业务的商标在禁令期间可能无法使用。这种情况被视为有效的例外情形，因为商标并非是被故意放弃的。

对驰名商标的保护：在尼日利亚，跨不同商品类别注册的驰名商标，即使未在所有注册类别中进行过使用，也可因其驰名地位而免于遭到撤销。如果商标所有人提出了申请且商标注册局承认其为驰名商标的话，那么该高度驰名的商标可能免于被移除。这确保了真正的商标权利能够得到公平的保护。

未能遵守先决条件：如果有证据表明相关商标或商品的持有人未能遵守或满足与商标有关的先决条件，那么注册商标是可以被撤销掉的。在抗辩时，持有人可以提供证据，证明其已遵守或满足了规定的条件，以避免商标被移除。

商标未续展：在尼日利亚，商标在商标注册簿上的注册状态并不能保证该商标可以获得永久的保护。注册的有效期最初为 7 年，并且可以续展，每次续展的有效期为 14。商标已过期但未续展可能导致该商标在利益相关方提出请求后被注销。在被指控未进行续展时，当事人的抗辩理由可以是注册官未发出规定的法定续展通知。

其他的撤销理由包括：在获取或维持注册商标时提供了有关商标的不准确或误导性信息；商标注册是通过欺诈手段获得的；商标可能引起混淆；商标具有诽谤性质或违背了法律和道德准则；以及商标被发现侵犯了他方的权利。

尼日利亚的商标撤销程序

撤销商标的申请可以向商标注册官或联邦高等法院提出。

如果向注册官提出此类申请，则必须采用符合规定的表格，并附上申请人的利益声明、所依据的相关事实以及所寻求的救济措施。

如果申请人不是相关商标的注册持有人，那么申请人将要提供申请副本，并由注册官发送给注册持有人。

被要求撤销掉商标的一方有权就申请人的主张提出反陈述或辩护。必要时，申请人可以就此进行答复。

在审查完证据后，注册官将会作出裁决，不过当事人可以就裁决结果在联邦高等法院提出上诉。重要的是，注册官可以在诉讼的任何阶段将撤销申请提交给法院以进行处理。

如果某一特定商标的相关事项正在由法院负责

审理，那么当事人应以符合规定的表格向联邦高等法院提出撤销申请。针对注册官的商标撤销决定所提出的上诉请求，首先应由联邦高等法院受理，然后是上诉法院，最后是最高法院。

对于商标未续展这种情况，如果持有人在到期日之前未能支付续展费，或在到期日后未能支付续展费及相应的滞纳金，并且在注册官已发出必要的通知后，注册官可以撤销已过期的商标。

法规要求注册官必须在商标到期前将即将到期的情况告知注册持有人（首次通知的时间不短于 1 个月且不超过 2 个月，第二次通知的时间不短于 14

天且不超过 1 个月）。

如果持有人在到期日之前未能支付必要的费用，注册官应在《商标期刊》上公告该商标已过期。如果持有人未能在公告后 1 个月内支付续展费及任何迟延续展的附加费，那么注册官有权将该商标从注册簿中移除。

结论

尼日利亚的法律允许基于多种理由撤销商标。这些理由包括未使用、未续展、通过欺诈手段获得注册等。利益相关方可以向商标注册官或联邦高等法院提出撤销申请。（编译自 www.mondaq.com）

尼日利亚的建筑作品与知识产权法律

引言

建筑学占据着创意表达与功能设计之间那独特的交叉点，其既体现了艺术创新，又能服务于实用目的。在尼日利亚，伴随着快速的城市化进程、技术进步以及对房地产和基础设施日益增长的投资，从法律层面上认可并保护建筑作品已变得愈发重要。建筑作品，就其本质而言，超越了单纯的物理结构：它们代表了将美学构思与技术精度融为一体的智力创造成果。

本文旨在审视尼日利亚用于管辖建筑作品保护的法律框架，特别是侧重于版权法、商标法以及专利和外观设计立法。文章探讨了为建筑创作提供的保护范围、建筑师的所有权权利和人身权的覆盖范围，以及在重建和公共使用等实际情境中出现的限制和例外情况。

有关建筑作品的定义

建筑作品被定义为以有形媒介体现出的建筑物设计，其包括建筑物本身、建筑平面图和/或图纸。它可进一步被定义为建筑物或构筑物、建筑物或构筑物的模型、其附属元素、此类作品与其他艺术综

合体的耐久性物品以及建筑物的耐久性内部装饰。

涉及创作建筑作品的实践通常旨在同时满足功能性、艺术性、美学性和实用性需求。建筑作品也被视为艺术作品，其涵盖了建筑物设计的整体形态、布局以及空间和元素的构成。建筑作品的创作通常是为了满足个人或团体的具体要求，并且涉及运用建筑师通过有形媒介表达出来的创意思法和经验。

然而，必须注意的是，建筑中普遍使用的标准特征不能被归类为建筑作品。使建筑作品区别于普通建筑或其他结构工程的特征在于：

运用并传达出独特的创造性与艺术性技能、构思和经验，以图纸、平面图、3D 模型、蓝图等形式呈现，专为建筑物的建造设计而定制；

作品适合所要求的规格，可供人类普遍使用，并能适应特定的人类活动；

作品结构的稳定性和持久性。

建筑作品与版权法

建筑作品通常被视为因作者/所有者独特的创造性技能和智慧而产生的具有艺术性和创造性的图纸和设计。因此，它有资格通过版权获得保护。尼

日利亚《版权法》将建筑作品归入了更广泛的艺术作品范畴。这基于这样一种理由，即建筑作品被认为是所有者所创作的建筑物图纸和画面设计的创造性艺术表达。当建筑设计是通过运用设计者的创造性技能和判断力实现的，而非简单地机械应用知识和经验时，则可受到版权保护。《版权法》第 108 条将“艺术作品”定义为包括“建筑模型形式的建筑作品”。在实践中，这意味着建筑师的图纸、平面图或建筑物的物理模型作为创造性表达能够受版权法保护。

然而，必须强调的是，建筑作品必须满足并符合《版权法》第 2 条 2 款所规定的要求，才能被视为有资格获得版权保护。这些要求是：

必须在作品中付出了足够的努力，使其具有独创性；

作品已固定在现在已知或以后开发的确定表达媒介中，可以借助机器或设计直接或间接地被感知、复制或或以其他方式传播。

为了使建筑作品的所有者获得版权保护以对抗其他个人可能带来的侵权，该作品必须充分满足这些要求，并包含不被视为普通建筑特征或结构的原创性创意元素和设计。版权法可保护具有独创性的建筑作品，包括图纸、平面图和竣工结构，前提是它们展现了创造性。在 *Ifeanyi Okoye & Anor* 起诉 *Prompt & Quality Services & Anor* 一案中，法院认为，只要作品具有独创性并固定在某种表达媒介中，建筑作品就有资格获得版权保护。

建筑作品的版权保护赋予作者以决定他人能否使用其建筑设计的专有权利。建筑师被授予复制、发行和公开展览其作品的专有权利。这些权利使建筑师能够控制其设计的使用并从其创作中获得经济利益。《版权法》授予了建筑师以下权利：以物质形式复制作品、出版作品、将建筑作品纳入电影，以及对建筑作品进行任何形式的改编。建筑作品的创

作者享有其生前加死后 70 年的版权保护期。

建筑作品的所有者还可获得关于该作品的人身权，特别是在任何诸如生产、复制、改编或在商业意义上向公众提供作品的行为中，必须表明作者身份。在 *Maurice Ukaoha* 诉 *Broad-based Mortgage Mortgage Finance Limited & Anor* 一案中，被告在未经原告/建筑师许可的情况下，在报纸上刊登了原告的建筑模型，并将该模型的作者身份归于并未创作该模型的另一方。法院认为，被告在未经原告同意、授权或许可的情况下公开展览和出版了该模型，同时还将其作者身份归于第三方，构成了对原告作为模型所有者和作者的荣誉与声誉的严重侵犯。

此外，《版权法》第 10 条 2 款规定：“对具有艺术性的工艺三维作品的保护不应延伸至其功能方面。”该法案的此条规定意味着版权保护的是创造性，而非功能性。如果个人创作的作品既具有艺术性又具有实用性（椅子、灯、建筑物、桥梁等），版权保护仅适用于作品的艺术或装饰性元素，而不适用于那些确定具备某些用途或功能的实用或功能性部分。

该法第 37 条 6 款明确禁止任何要求拆除侵权建筑的救济措施。在未经作者许可使用受版权保护的建筑物建造出的建筑物发生版权侵权的情况下，法院可以判给损害赔偿或禁令，但不能强制拆除已建成的房产。

《版权法》第 10 条 3 款的影响

《版权法》第 10 条 3 款的规定如下：

“建筑作品的版权也应包括控制建造任何建筑物的专有权利（该建筑物应以原始形式或任何可看出源自原始形式的形式复制作品的全部或实质部分），但不包括控制以与版权所属建筑物相同的风格进行重建的权利。”

此规定阐明了以下事实：建筑模型、图纸、蓝图和 3D 模型受版权法保护，但同时也对建筑作品

作者的专有权利确立了一项具体限制。虽然建筑设计和平面图作为原创作品受该法保护，但第 10 条 3 款明确指出，一旦基于此类设计合法建造了建筑物，建筑师的版权不会延伸至控制或阻止对该同一结构/或建筑风格的后续重建或修复。

这意味着，使用受版权保护的建筑设计建造出的建筑物所有者，可保留修复、翻新或完全重建该结构的合法权利，即使此类行为涉及全部或部分复制原始设计。这种重建可以在无需获得原始建筑师或版权持有者进一步许可的情况下进行。例如，如果基于某建筑设计建造的建筑物被火灾或地震等自然灾害摧毁，建筑物所有者无需获得额外许可即可使用先前采用的建筑图纸重建或复制相同结构。这承认了建筑物所有者恢复原始建筑的权利，而不构成对建筑师版权的侵犯。

该规定背后的原理在于平衡建筑师的权利与建筑物所有者的实际利益。虽然法律保护智力创造（即设计或蓝图），但它也承认，实体建筑一旦建成，即属于为图纸和建筑施工支付了费用的所有者。因此，版权所有人/作者不能干涉建筑物所有者维护或重建结构的权利，特别是在因老化、损坏或功能需求变化而必须采取此类行动的情况下。

然而，必须注意的是，该例外仅适用于同一建筑物。其并未授予任何人在其他地方为新的、独立的建筑复制该设计的权利。未经授权为新建建筑物复制建筑设计仍将构成对建筑师版权的侵权。在 Blair 起诉 Osborne & Tomkins 一案中，原告建筑师受委托为一块土地的所有人编制了建筑计划。上述所有人支付了建筑师的费用，随后将土地连同包括该土地的建筑图纸在内的文件转让给了被告。新的房屋在已售出的土地上使用该建筑设计建成。在这起由原告建筑师提起的版权侵权诉讼中，法院认为：

当建筑地块的所有人聘请建筑师为该地块上的房屋编制规划时，建筑师即默示承诺，作为对其费

用的回报，他将授予上述所有人可在该地块上为建造房屋而使用该规划的权利；如果所有人出售了该地块，这种默示许可同样能延伸至购买者，但仅限于同一个建筑地块。

这一点在《版权法》第 20 条 1 款 q 目中得到了确认，该条规定：

就作品根据本法第 9 条至第 13 条所授予的权利，其不包括通过“公平处理”的方式控制上述这些条款中所规定的任何行为的权利，例如：以建筑模型或建筑图纸或规划的形式使用艺术作品，以用于重建相关建筑物。

然而，这些规定均不允许在未经作者同意的情况下根据受版权保护的设计进行建造，同时也不允许侵犯建筑作品的权利。

在实践中，建议建筑师在尼日利亚版权委员会（NCC）进行登记或提交有关其作品的通知书，以创建该等作品的公共记录。由于当地和国际性的法规或条约并未要求登记，因此这仅能提供所有权的初步证据。建筑作品在法律上被归类为艺术作品，因此，适用于艺术作品所有者的权利同样适用于建筑作品。

《专利和外观设计法》下的建筑作品

《专利和外观设计法》第 1 条规定了可授予专利的作品的要求和特征。其规定，一项发明只有在具备以下条件时才可授予专利：具有新颖性（即不属于现有技术）；包含创造性步骤（即对于本领域中的技术人员而言并不是显而易见的），并且能够进行工业应用（即可以在任何类型的产业中进行制造或使用）。

因此，专利旨在保护能够进行工业应用的技术发明、工艺、方法或产品。相比之下，建筑作品主要是艺术性和创造性的设计表达，其中包含建筑物或结构的美学外观、形式和布局。虽然建筑物可能包含某些功能元素，但建筑设计本身（其形状、风

格、装饰和视觉外观) 只会被视为创造性表达而非技术发明。它们仅仅是图纸、建筑模型、蓝图和艺术作品, 并没有展示出技术特征或工业应用能力。因此, 根据《专利和外观设计法》的规定, 建筑作品不能授予专利。

作为替代方案, 除版权外, 建筑特征有时还可以作为工业品外观设计而受到《专利和外观设计法》的保护。当建筑设计具备“旨在通过工业流程进行复制”的独特工业特征时, 其就可以根据《专利和外观设计法》的外观设计注册条款寻求保护。

上述法案中的第 12 条规定:

任何线条或颜色的组合, 或两者的结合, 以及任何三维形态, 无论是否与颜色结合, 只要创作者意图将其用作通过工业流程进行复制的模型或图案, 并且并非仅旨在获得技术效果, 即构成工业品外观设计。

与《专利和外观设计法案》保持一致, 尼日利亚的《版权法》明确规定, 如果作者意图将艺术作品用作工业品外观设计, 那么该作品不符合版权保护资格。因此, 如果建筑师构思的设计旨在用于大规模应用(例如, 用于生产或复制的模块化建筑构件), 其应寻求《专利和外观设计法》而非《版权法》的保护。

在实践中, 大多数建筑作品依赖于版权而非外观设计的注册程序, 因为建筑施工通常都是单次性的项目。然而, 诸如装饰面板、立面图案甚至模型建筑等元素, 如果已注册为外观设计, 则能够以此形式获得保护。

建筑作品与《商标法》

《商标法》第 67 条将商标定义为: “针对某些

商品的标志被用于或者拟用于表明, 在贸易过程中, 这些商品与有权作为所有人或注册使用人使用该标志的某些人之间存在着联系。”

商标的基本目的是进行商业来源上的识别。其可用于告知消费者某一产品或服务源自特定商家, 从而防止在市场上出现混淆。

建筑作品本身并不符合商标注册条件, 因为它们并非是在商业活动中用于识别或区分商品或服务来源的标记或符号。建筑作品体现了建筑项目的艺术元素, 这超出了商标保护的概念范畴。尽管与所有者或建筑作品有关的标志、符号或品牌名称可以注册为商标, 但建筑作品本身并不能进行这种注册。

结论

尼日利亚法律对建筑作品的保护, 确认了建筑作为一种智力创造形式, 值得获得法律和道义上的保障。通过《版权法》建立起的框架, 建筑师被授予针对其原创设计的复制、改编和传播的专有权, 从而加强了建筑环境中的创造力以及作者的身份价值。这种保护不仅维护了建筑表达的完整性, 同时也促进了建筑和设计行业内的创新、专业精神以及对智力劳动的尊重。

然而, 能否高效实现这些目标, 取决于从业者、客户和管理机构对版权原则的一致理解和应用。人们有必要持续提高对建筑师所享有权利范围以及适用例外(特别是在公共利益使用和灾后重建等背景下)的认识。加强意识、合规性和执法机制将确保尼日利亚有关建筑作品的法律能够持续保护创作者的经济利益, 以及更广泛的文化和基础设施发展目标。

(编译自 www.mondaq.com)

加拿大

加拿大专利权利要求中的示例或可选要素



随着 2022 年权利要求费的实施，申请人现在必须限制加拿大专利申请中的权利要求数量以避免政府收费。但许多申请人更倾向于通过将多个权利要求的要素整合到单一权利要求中来精简权利要求组，具体做法是将权利要求要素描述为示例性或可选地。本文探讨了此类修改的法律和实践后果。

一、摘要

本文详细讨论了以下关键要点和建议：

1、为避免在提出审查请求时支付超额权利要求费，申请人现在通常会随审查请求和费用一并提交一份缩减或合并的权利要求书。虽然申请人可以简单地取消部分权利要求，但更常见的做法是将这些权利要求的特征合并到其他权利要求中，并明确说明这些特征是示例性或可选地，从而减少权利要求的总数。

2、“示例性”（即说明性）权利要求特征作为先前所述属类中具体属种的示例，与“可选地”权利要求要素存在本质区别——后者可存在亦可完全缺失。

3、与示例性权利要求特征不同，在某些情况下，使用“可选地”一词对于正确定义专利权利要求的范围至关重要。这种情况最常见于化学专利权利要求撰写和封闭式权利要求中。

4、加拿大知识产权局（CIPO）认为示例性权利要求表述可能存在问题，专利审查员在审查过程

中通常会对此提出异议。CIPO 未就可选权利要求语言提供具体指导。最终的法律问题是权利要求是否足够清晰，使他人能够理解何种行为构成侵权。

5、欧洲专利局（EPO）的既定政策是将示例性和可选特征视为非限制性内容，因此仅当权利要求内部不一致（例如示例性特征实际上不属于所要求保护的属类）时才会提出异议。

6、美国专利商标局（USPTO）为示例性和可选特征提供了更详细的指导。与 CIPO 类似，USPTO 认为示例性权利表述可能使权利要求不明确。但 USPTO 给出的大多数不明确的示例性权利要求表述并不涉及简单的属种关系，且术语不明确可能出于其他原因。该机构同时提供了可选权利要求表述清晰明确的具体实例。

7、加拿大专利中的权利要求不得存在不确定性——必须向公众明确界定何种行为构成或不构成侵权。此外，专利权利要求在有效性和侵权判定中采用统一解释标准。因此，专利权人可能不得不承认示例性或可选地特征不具有限制性，这表明此类特征在特殊情形（如化学专利权利要求特定要素或封闭式权利要求）之外价值有限。

8、CIPO 在审查过程中常对示例性或可选特征提出异议。申请人可能通过论证这些特征明显不具有限制性来克服此类异议，但这会延长审查周期，可能需提交继续审查请求（RCE）并缴纳相应费用。

9、如果包含示例性或可选特征的权利要求获得授权，被告可能在诉讼中主张此类特征导致权利要求不确定。专利权人可能需要主张这些特征显然不具限制性，这又将质疑其最初存在的价值。

10、替代示例性或可选权利要求表述的做法是将这些特征纳入单独的（通常是从属）权利要求中，使其具备可专利性。加拿大专利中每项权利要求的有效性单独评估，包含有效与无效权利要求的专利将被视为仅包含有效权利要求而生效。此外，将特征纳入从属权利要求有助于确保主权权利要求被解释为至少涵盖从属权利要求所涉及的客体。

11、在请求审查加拿大专利申请时，申请人应考虑是否在权利要求中包含示例性或可选要素、完全省略这些要素、将其作为必要要素，或支付超额权利要求费并保留单独的权利要求（若该要素被视为足够重要）。

二、超项权利要求费

在提交加拿大专利申请或进入 PCT 申请的加拿大国家阶段时，无需支付权利要求费。权利要求费通常在请求审查时首次产生。审查请求应在加拿大（PCT）申请日起四年内提出，或分案申请提交日后三个月（若该日期晚于分案申请有效申请日四年）。

当请求审查时，对于超出 20 项的权利要求，每项需支付 114.84 加元的官方费用（依据 2025 年加拿大知识产权局费用表）。超额独立权利要求及多重从属权利要求无需缴纳权利要求费。此外，多重从属权利要求可依赖于其他多重从属权利要求。

在缴纳授权费时，还需支付额外的权利要求费，其计算基准为：自请求审查之日起任何时间点，超过 20 项的待审权利要求中未缴纳超额权利要求费的部分。

因此，通常的做法是在提交审查请求时一并提交修正，以减少权利要求的数量，通常将示例性或可选地特征纳入权利要求中，作为减少权利要求总数的策略。

三、权利要求组示例

以下权利要求组示例旨在说明常见的修改策

略，用于缩减权利要求组以避免权利要求费。

1-19、（未显示）

20、一种方法，包括以下步骤：

（a）将化合物 X 和 Y 混合形成混合物；

（b）向混合物中添加基于混合物总重量的 0.5-1.0 重量百分比的稀释剂，其结构式为 ROH，其中 R 为苄基或可选取代的 C1-C6 烷基；

（c）将混合物加热至 70-90°C 的温度范围；以及

（d）压制混合物至少一部分以形成片剂。

21、根据 20 所述的权利要求方法，进一步包括步骤：

（e）对片剂施加涂层。

22、如 20 或 21 所述的权利要求方法，其中步骤（c）包括将混合物加热至 80-85°C 的温度范围。

23、20—22 所述的权利要求中任一项工艺，其中稀释剂包含甲醇、乙醇和 1-丙醇中的一种或多种。

24、21 所述的权利要求工艺，其中涂层为肠溶涂层。

为避免对 20 以上的四项权利要求产生额外费用，可将 21—24 所述的权利要求内容浓缩为 20 所述权利要求中的可选或示例性特征：

20、一种工艺，包括以下步骤：

（a）将化合物 X 和 Y 混合形成混合物；

（b）向混合物中添加基于混合物总重量的 0.5-1.0 重量百分比的稀释剂，其结构式为 ROH，其中 R 为苄基或可选取代的 C1-C6 烷基，例如甲醇、乙醇和/或丙醇；

（c）将混合物加热至 70-90°C（优选 80-85°C）的温度范围；

（d）压制混合物至少一部分形成片剂；以及可选地，进一步步骤（e）对片剂施加涂层，例如肠溶涂层。

根据权利要求 20 或 21 所述的方法，其中步骤

(c) 包括将混合物加热至 80-85°C 的温度范围。

四、“示范性”与“可选地”特征——实质性区别

在描述专利权利要求术语时，“示范性”意为“作为示例的”或“说明性的”，而非“值得称赞的”或“值得效仿的”。在上述权利要求中，诸如“例如”、“优选地”和“如”等表述被用作示范性权利要求术语，为前一权利要求要素提供具体的说明性示例。更广泛的权利要求要素（例如添加稀释剂）作为该权利要求的必要特征存在，而示范性权利要求用语（该稀释剂包括甲醇、乙醇或 1-丙醇）仅描述了涵盖于更广泛术语下的适用稀释剂实例。

与此相反，“可选地”一词可能引入一个全新的特征，而非提供必要权利要求要素的举例说明。在上述权利要求组合中，步骤（e）“对片剂施加涂层”原属从属权利要求，后被浓缩至独立权利要求中，“可选地”一词明确表明该片剂包衣步骤可能存在或不存在。与上述示范性实施例类似，整个（可选的）步骤可以从独立权利要求中删除，而带有开放式过渡表述“包括”的权利要求仍可能因包含涂层步骤的工艺而受到侵权。

五、“可选地”一词可能成为权利要求的关键性表述

在某些情况下，示范性表述与可选地表述之间的区别至关重要。虽然示范性表述的删除可能不会改变权利要求的范围，但在某些情况下，删除“可选地”一词可能显著改变权利要求的含义。

化学专利权利要求

上述权利要求组中的“苄基或可选取代的 C1-C6 烷基”即为典型例证。专利申请通常涵盖含碳链中氢原子被其他原子或基团取代（“替换”）的化学结构。

有时允许此类取代，但其他情况下专利权人可能希望排除特定取代。通常，这在权利要求中会明

确表述，例如使用“苄基或可选取代的 C1-C6 烷基”等表述，以同时涵盖两种情形。

所指的是取代和未取代的烷基基团。删除“可选地”将排除未取代的烷基基团，而删除“可选地取代”则可能导致无法明确是否允许取代。在此语境下，“可选地取代”明确涵盖两种情况，也可表述为“取代或未取代的 C1-C6 烷基”。

封闭式权利要求

“可选地”一词可能至关重要的另一情形是：当权利要求旨在排除附加要素时，通常通过使用过渡性表述“包括”来体现。此类操作通常仅在权利要求必须通过排除现有技术特征来区别于现有技术时采用。若特定附加要素或步骤需被权利要求涵盖，则必须在首次出现时将其定义为“可选”要素或步骤。以上例而言，若权利要求引言部分表述为“一种工艺，包括以下步骤：……”，则必须将步骤（e）（对片剂进行涂层）作为可选步骤纳入独立权利要求，以确保其不被排除在外。

六、CIPO 的立场

CIPO 的《专利局实践手册》（MOPOP）列举了若干被视为“不精确”的表述，包括：“例如”、“或类似”、“比如”以及“优选地”。该手册指出，权利要求中出现任何此类表述都可能导致其不符合《专利法》第 27（4）款或《专利规则》第 60 条的要求。但是，在实际操作中，CIPO 几乎无一例外地对此类表述提出异议。

值得注意的是，尽管“可选地”一词在手册中未被特别提及，但其使用同样常引发异议。

通常的反对理由是：示范性或可能的可选权利要求表述存在歧义，违反《专利法》第 27（4）款规定——该条款要求“说明书须以权利要求书结束，该权利要求书须以明确且具体的方式界定所主张独占权或财产权的发明客体”。加拿大法院将《专利法》第 27（4）款的合规要求界定为：权利要求必须清

晰明确，使他人能够理解何种行为构成侵权。

在专利审查过程中提出的典型驳回理由如下：

权利要求【……】不明确，不符合《专利法》第 27（4）款的规定。使用主观表述“优选地”，似乎同时将权利要求指向宽泛和狭窄的实施例，导致这些权利要求的预期范围缺乏清晰度。

该驳回理由包含两层含义：首先，“优选地”被视为主观表述——何为“优选”可能存在主观判断。至少可通过使用“例如”或“如”等表述规避此类驳回。其次，更根本的问题在于：“优选地”是否限制了权利要求范围？

尽管根据《专利法》第 27（4）款提出的诸多异议，往往针对的是虽属通用或宽泛但并不模糊的权利要求术语（此类异议更应归类为对权利要求范围的质疑而非清晰度问题），但针对示例性权利要求用语的异议可能更切中要害——究竟何种行为构成侵权？

七、其他司法管辖区的实践

欧洲专利局（EPO）

EPO 将上述各类术语统归于“可选特征”范畴，在《EPO 审查指南》中规定：

可选特征，如带有“优先地（preferably）”“例如（for example）”“例如（such as）”或“特别是（more particularly）”等表达的特征允许存在，但前提是不引入歧义。若未导致权利要求客体的限制，此类特征应被视为完全可选。

若此类表述未对权利要求客体构成限制，则会引入歧义并导致权利要求范围模糊。

例如表述“一种制造人造石的方法，例如粘土砖”不符合第 84 条要求，因粘土砖绝非人造石。因此无法确定该方法究竟制造的是人造石还是粘土砖。

同理，表述“溶液加热至 65 至 85°C，特别是 90°C”亦不符合第 84 条要求，因“特别是”之后的温

度与之前范围存在矛盾。

由此可见，EPO 似乎将此类特征视为非限制性内容而忽略其审查意义，仅当特征因无法代表其所宣称属类的有效范例而完全失去意义时才会提出异议。

美国专利商标局（USPTO）

USPTO 在其《专利审查程序手册》（MPEP）中的立场似乎不如 EPO 明确：

示例或偏好的描述应在说明书中明确阐述，而非在权利要求中。若在权利要求中表述，此类示例和偏好可能导致对权利要求范围的理解产生混淆。当权利要求中较窄范围的界定是否构成限制存在不明确时，应依据《美国法典》第 35 编第 112（b）条或《美国法典》第 35 编第 112 条第二款（AIA 修订前版本）作出驳回决定。审查员应分析权利要求界限是否明确界定。需注意，权利要求中使用“例如”或“诸如”等表述本身并不必然导致权利要求不明确。

因权利要求范围不明确而被认定为不明确的表述示例如下：

（A）“R 为卤素，例如氯；”

（B）“材料例如岩棉或石棉”【Ex parte Hall 案，83 USPQ 38（联邦巡回上诉法院 1949 年）】；

（C）“较轻的碳氢化合物，例如产生的蒸汽或气体”【Ex parte Hasche 案，86 USPQ 481（联邦巡回上诉法院 1949 年）】；

（D）“正常操作条件，例如在比例器容器内时”【参见 Ex parte Steigerwald 案，131 USPQ 74（联邦巡回上诉法院 1961 年）】；以及

（E）“焦炭、砖块或类似材料”。【参见 Ex parte Caldwell 案，1906 C.D. 58（专利局 1906 年）】

虽然 MPEP 在开篇指出包含“例如”和“诸如”等示例性措辞本身并不必然导致权利要求不确定，但随后又列举了此类措辞确被认定为不确定的实例，

最终得出结论：不存在绝对规则，每个案例均需根据具体事实判断。MPEP 采取的立场与加拿大 MOPOP 类似，即不预设示例性权利要求用语必然具有非限制性，而是承认其可能导致权利要求不确定性。

但值得注意的是，在不深入探讨案例细节的情况下，MPEP 中给出的只有示例(A)似乎属于具有明确含义的纯示例性权利要求用语。氯属于卤素——这一更广泛且明确的已知化合物类别包含氯元素。无论是否提及氯，专业读者均能理解“卤素”一词的含义。氯作为已知卤素类别的实例，恰如“K”是字母表 26 个字母之一，或“19”是质数的实例。遗憾的是，MPEP 既未解释为何实例 (A) 存在不确定性，也未提供案例引用。

相比之下，MPEP 中其余示例 (B) 至 (E) 并未如此清晰地界定更广泛的通用类别。例如在示例 (B) 中，“岩棉”和“石棉”确实属于“材料”，但更广泛的材料类别究竟涵盖哪些范围？防火材料？隔热材料？同样地，在例 (E) 中，“焦炭”与“砖块”究竟具备哪些共同特性来界定“其他类似材料”的范围？鉴于焦炭属于燃料，而砖块具有惰性且不可燃，很难看出这些材料存在何种共性。

MPEP 在讨论“替代性”权利要求限时，单独阐述了“可选地”一词，并援引了认定该表述可接受的案例：

另一种需经分析才能判定表述是否不确定的替代格式，涉及“可选地”一词的使用。在 *Ex parte Cordova* 案 (10 USPQ2d 1949, 专利上诉与国际局 1989 年) 中，“包含 A、B 及可选的 C”的表述被认定为可接受的替代方案，因其明确涵盖了权利要求所涉及的替代选项。在 *Ex parte Wu* 案 (10 USPQ2d 2031, Bd. Pat. App. & Inter. 1989) 中，针对“可选地”一词作出了类似裁决。当潜在替代方案列表存在变动且引发歧义时，依据《美国法典》第 35 编第 112

(b) 条作出驳回并阐明混淆原因方为妥当。

八、加拿大专利申请人应采用示例性或可选地权利要求表述吗？

申请人使用示例性或可选地表述的意图是什么？

在评估申请人是否应包含示例性或可选地权利要求表述时，首要问题是申请人这样做的目的何在？显然，申请人的意图是表明示例性或可选地特征属于非必要或非限制性要素。否则，参照前例，明确限定的权利要求应表述如下：

20、一种工艺，包括以下步骤：

(a) 将化合物 X 与 Y 混合形成混合物；

(b) 向混合物中添加基于混合物总重量 0.5-1.0 重量百分比的稀释剂，该稀释剂包含甲醇、乙醇和 1-丙醇中的一种或多种；

(c) 将混合物加热至 80-85°C 温度范围；

(d) 压制混合物至少部分形成片剂；以及

(e) 片剂施加肠溶涂层。

在加拿大知识产权局 (CIP0) 的实践

若审查员对示例性可选权利要求要素提出清晰度异议（此为常见做法），申请人可采取以下措施：

(1) 反对该驳回理由；(2) 将示例性权利要求表述改为必要要素；(3) 删除示例性权利要求表述；或 (4) 将示例性客体内容移至新的从属权利要求中。

假设申请人承认权利要求不能同时兼具宽泛与狭窄的特性，且示例性权利要求特征不具限制性，则仅选项 (4) 能使申请人获得以下利益：在不缩小权利要求范围的前提下，使示例性权利要求特征具备可专利性价值，尽管这需要支付超额费用作为授权费的一部分。总体而言，在请求审查时提交简化权利要求书时包含示例性或可选特征，仅是推迟了更艰难的决策——即这些特征是否重要到足以证明增加权利要求及额外权利要求费用的合理性。

此外，包含可能引发加拿大知识产权局异议的

权利要求特征，将导致审查周期延长及成本增加。申请人必须提交 RCE 并缴纳相关官方费用，方能对第三份审查员报告作出回应。

包含示例性或可选特征的授权权利要求有效性

若审查员未对示例性或可选权利要求特征提出异议，或虽提出异议但被驳回，且权利要求最终包含该等特征，此类权利要求是否有效？侵权诉讼中的被告可能主张：示例性或可选特征是否构成实质性限制存在不确定性，导致权利要求范围无法确定，从而违反《专利法》第 27（4）款规定。鉴于《专利法》第 27（4）款要求权利要求须向公众明确侵权构成要件，且侵权与有效性应采用统一的权利要求解释原则，专利权人似乎别无选择，只能主张示例性或可选性权利要求特征仅具说明性质，即明确不具限制性。

示例性或可选的权利要求特征有何益处？

假设专利权人“不能既要马儿跑又要马儿不吃草”，既依赖宽泛解释又依赖狭义解释，那么除上述特殊情形（如化学专利撰写和封闭式权利要求）外，示例性或可选地权利要求限制似乎益处甚微。

若加拿大知识产权局（CIPO）认同（且后续诉讼中法院可能支持）示例性或可选特征仅具说明性而非限制性，则其反映的内容本应在说明书中描述。以上述实例而言，说明书完全可以（且必然会）将甲醇、乙醇和/或 1-丙醇描述为适用的稀释剂。事实上，正如前文所述，美国专利商标局在 MPEP 中的立场是：示例性说明或偏好性描述应在说明书（加拿大术语中的“描述”）而非权利要求中规范表述。因此，即使将示例纳入权利要求有助于明确通用权利要求术语至少包含这些示例，说明书中已对此作出充分阐述。

相比之下，增加从属权利要求显然具有优势，尽管这必然会产生额外的权利要求费。

首先，《专利法》第 58 条规定，专利可同时包

含有效和无效的权利要求，在任何涉及该专利的程序中，其效力均视为仅包含有效权利要求。因此，某项独立权利要求可能因范围过广而被认定无效，但范围更窄的从属权利要求却可能同时被认定有效且构成侵权。

其次，即使说明书已充分阐明，从属权利要求中列举的特征仍能进一步明确：独立权利要求中宽泛定义的特征至少包含从属权利要求中具体列举的实例。参见 Halford 诉 Seed Hawk 公司案判例：“独立权利要求的解释不得与其从属权利要求相抵触。”

第三，权利要求区分原则表明，将选定实施例纳入从属权利要求，进一步明确了独立权利要求中宽泛定义的特征不仅包含该选定实施例。

为求完整起见，需说明《专利法》近期修订规定：在专利申请审查过程中申请人与 CIPO 的书面往来文件，可在专利诉讼中作为证据提交，用于反驳专利权人关于权利要求解释的陈述。此项修订是否可能影响为规避超额权利要求费而进行的权利要求取消或精简操作？

仅因为避免超额权利要求费而撤销从属权利要求，就断言专利权人已放弃或声明放弃专利客体事项的范围，似乎并不合理。如上所述，独立权利要求应作与从属权利要求相一致的解读（即涵盖其客体事项），且独立权利要求并未被撤销或修改。此外，说明书仍将把从属权利项的可选特征作为发明客体内容的一部分进行描述。此类修改的实质后果，确系丧失被删除从属权利项所提供的更窄、更聚焦的保护范围。无论如何，若该问题确存疑虑，则宜在申请初期直接删除全部从属权利项，而非将其特征作为示例性或可选要素纳入独立权利项，继而在审查过程中因所谓缺乏明确性异议而被迫删除这些特征。此外，为降低因删除权利要求以减少超额权利要求费而引发文件封套禁反言的风险，明智的做法是在说明书中添加说明：权利要求删除仅出于此目

的，别无他因。

九、结论

在许多情况下，为规避权利要求费而缩减权利要求组时，将示例性或可选要素纳入权利要求似乎益处甚微。除非此类特征被解释为非限制性，否则它们可能显得模糊不清且不确定。而若其确属非限制性，则很可能无法实现说明书中对这些示例性或

可选实施例的描述所已达成的目的。向权利要求组添加示例性或可选特征既耗时费力，又会增加权利要求的复杂性，若在审查过程中引发审查员异议，还可能导致额外费用与延误。使用示例性或可选特征不能替代对权利要求要素的审慎前期评估——即判断哪些要素重要性足以单独成项，即便为此需支付额外权利要求费。（编译自 www.jdsupra.com）

加拿大广播电视和电信委员会为视听广播内容制定新的加拿大元素定义

加拿大广播电视和电信委员会（CRTC）发布了广播监管政策，针对在线流媒体服务和传统广播机构认证加拿大视听内容为“加拿大节目”（加拿大内容）建立了新框架。



2025 年 11 月 18 日，加拿大广播电视和电信委员会（CRTC）发布了广播监管政策（CRTC 2025-299）（以下简称《决定》），针对在线流媒体服务和传统广播机构认证加拿大视听内容为“加拿大节目”（加拿大内容）建立了新框架。该政策同时涉及加拿大内容相关的其他事项，包括特定信息的申报与公示要求。

此项决定是 CRTC 在《在线流媒体法案》（原 C-11 法案）修订了《广播法》后，推进加拿大广播框架现代化进程的持续举措之一。更多详情请参阅以下 Blakes 法律简报：

·流媒体服务商须将 5% 收入拨付指定基金

- CRTC 发布首份在线广播业务监管决定
- 议会通过 C-11 法案修订加拿大《广播法》

加拿大内容认证框架

传统广播机构须通过 CRTC 规定的各项监管义务支持加拿大内容，包括将年度收入的特定比例用于加拿大内容创作。为履行此类义务，CRTC 对符合规定标准的视听作品授予“加拿大作品”认证。其中一项传统标准采用积分制，当加拿大人担任导演或主演等关键创作职位时即可获得积分。

该决定对现有认证框架作出多项关键调整，包括：

·新增关键创意职位：制作方若聘用加拿大籍节目统筹、服装设计主管、化妆与发型主管或视觉/特效总监——这些此前未被认可的创意职位——现可获得相应积分。

·积分占比：在旧框架下，制作方通常需在 10 分制中获得 6 分方可认证。新规建立更灵活的积分体系，不同类型制作可获得的积分组合各异。通常需达到总分 60% 方可被认定为加拿大内容。若制作未设置特定关键创意岗位，则在计算是否达到足够

比例时，将不计入这些岗位对应的积分。

·著作权归属：旧框架下未考虑加拿大知识产权所有权。根据新规，加拿大籍人士必须持有节目至少 20% 的版权方可获得认证资格。此外，当加拿大籍人士持有 20%-50% 版权时，该作品需达到 80% 的评分门槛（同时满足其他要求），而版权持股比例超过 50% 的作品则适用 60% 的评分标准。

·加分项：符合以下条件可获得认证加分——作品中出现可识别的加拿大角色和场景；改编自加拿大文学作品；作品中录制或预先存在的音乐至少 50% 为加拿大作品。加分项可增加总分，但不影响最低认证分数要求。

·强制性职位：某些职位必须由加拿大籍人士担任，作品方可获得加拿大内容认证资格。例如，实景拍摄作品中，导演或编剧以及第一男主角或第二男主角必须为加拿大籍人士，方符合认证要求。

该决定还就新认证框架下的额外强制性要求及其他变更提供了进一步指引。例如，节目要获得认证资格，必须由加拿大制作公司制作，且制作服务费用的至少 75% 须支付给加拿大公民，同时后期制作及场地成本的至少 75% 须支付给在加拿大境内由加拿大公民或加拿大公司提供的服务。

信息申报与公示

根据传统广播机构现行报告要求，加拿大广播年度收入达 2500 万加元及以上的在线广播机构，须提交详细的加拿大节目支出报告。此外，自

2025-2026 广播年度起，广播企业需在年度申报中披露关键创作岗位中自我认同属于特定权益保障群体（包括种族化群体、残障人士、自我认同为 2SLGBTQI+ 群体、女性、官方语言少数群体及原住民）人员的任职情况。

此外，CRTC 将公开披露年加拿大广播收入达 2500 万加元及以上的广播企业必须提交的特定财务信息，包括按实体汇总的加拿大广播收入、加拿大节目制作支出及其他贡献（如强制性基础财务贡献）等信息。

后续步骤

本决定中概述的加拿大内容认证框架将通过新法规实施。CRTC 表示，将就拟议的新法规发布咨询通知，该法规将定义“加拿大节目”一词，并对适用于传统广播机构的现有法规作出相应修订。在这些法规生效前，申请仍将依据现行认证规则进行评估。

该决定源于 CRTC 于 2024 年 11 月 15 日启动的公众咨询程序，但并未涵盖咨询中所有审议事项。CRTC 声明将在近期发布另一项决定，专门处理加拿大内容的资金支持问题，包括财政拨款事宜。

此外，CRTC 在加拿大广播框架现代化监管计划中表明，将于 2025 年底启动咨询程序，以最终确定加拿大传统及在线平台的具体贡献标准与要求。此类咨询可能包含支持加拿大内容可挖掘性的进一步支出要求及义务。（编译自 www.jdsupra.com）

加拿大风格的品牌营销：这到底意味着什么？

品牌方的广告必须准确且不会误导消费者，并且其中的任何声明都必须有证据支持。



“枫叶洗牌”和“枫叶光环”是近来在网络上和新闻中日益流行的热词，反映了加拿大各地正在使用这种“加拿大风格”来营销各种商品和服务的趋势。

虽然利用加拿大风格的广告活动可能特别有效，但所谓的“枫叶光环”如果操作不当，可能会带来一些棘手的法律问题。

加拿大竞争局和加拿大广告标准协会都发布了关于在营销商品和服务时使用加拿大风格标识与描述的指南和公告。

本文旨在说明品牌所有者如何规划其下一个涉及加拿大风格的营销策略，以确保符合加拿大监管标准，包括《竞争法》、竞争局发布的指南、《加拿大广告标准准则》和加拿大食品检验局的指南。

“加拿大产品”与“加拿大制造”的声明

利用所谓加拿大情怀的一个常见策略就是自豪地声明产品是“加拿大制造”或“由加拿大人制造的”。

许多消费者认为“加拿大产品”和“加拿大制造”这类声明传达了关于产品成分或原产地的相似概念。然而，在这两种声明之间存在着明确的监管区别。

“加拿大产品”声明的门槛更高，要求几乎要有100%的加拿大成分。事实上，竞争局认为，“加拿大产品”的声明意味着该产品至少包含98%的加拿大成分。

“加拿大制造”声明的门槛较低，要求具有51%的加拿大成分。此声明还需要进一步的免责声明或附加适当的限定说明，例如“在加拿大使用国产和进

口部件制造”。

在这两种情况下，使用这些声明都要求产品的“最后实质性转变”（即其组装、生产或加工）发生在加拿大。

如果这些品牌工具使用不当，品牌所有者可能会面临监管上的风险、民事责任或声誉损害。例如，不当使用加拿大声明可能会招致消费者或竞争者的投诉，如果被认定从事了欺骗性的营销活动，可能会带来更多的监管审查甚至处罚。因此，品牌所有者应谨慎使用这些声明，确保符合加拿大相关法律法规，以免误导消费者。

关于加拿大形象的使用

尽管“加拿大产品”和“加拿大制造”这种声明是一种强有力的营销工具，但使用加拿大的“形象”，例如枫叶或加拿大国旗，同样具有强大的营销影响力。

对这些官方加拿大符号进行商业使用的行为会受到联邦法律的管辖。根据《商标法》第9条1款i目和第9条1款e目的规定，上述枫叶和加拿大国旗应受到保护，禁止在未经授权的情况下将其用于商业目的。因此，希望将这些符号用于商业环境（例如在产品包装上或在营销和广告中）的品牌所有者应寻求加拿大遗产部的同意，正如加拿大政府网站上所述。

对这些符号进行商标注册也会受到监管。特别是，加拿大商标局要求此类标志的申请者声明放弃这些符号在整件申请商标之外的专用权（因此这些申请者不能试图阻止任何其他人使用这些符号）。对于包含加拿大国旗的商标，商标局要求申请者需获得加拿大遗产部的注册许可（《商标审查手册》第4.7.3节）。

使用此类加拿大符号也可能引发关于相关商品或服务来源地的问题。商标局认为，如果商品或服务在某地理地点进行了制造、生产、种植、组装、

设计、供应或销售活动，或者其主要成分或配料是在该地理地点制造的，则它们是“源自”该地的。如果相关商品和服务并非以这种方式“源自”加拿大的话，商标局可能判定该商标对其商品或服务的原产地具有欺骗性的误述，因此不会同意进行注册。

虽然使用枫叶或加拿大国旗不能完全看成是对“加拿大属性”的明确声明，但它们仍可能导致消费者相信相关商品具有来自加拿大的内容或源自加拿大，如果情况并非如此，则可能会根据《竞争法》和《食品和药品法》等其他法规引发虚假或误导性广告的指控。因此，使用这些受保护的加拿大符号也需要采取谨慎且结合具体情况的方法，以确保符合相关的加拿大法律法规。

加拿大的形象也可以超越上述枫叶和加拿大国旗，例如著名的地标或其他符号。虽然此类形象的使用可能不像枫叶或加拿大国旗那样受到同等程度的监管，但品牌所有者及其营销团队应注意确保不会侵犯到他人对此类形象的专有权。此外，如果此

类符号暗示相关商品或服务源自加拿大或加拿大内特定地理地点的话，那么这些“原产地”声明必须是真实且不具误导性的。

关键点

关于商品或服务原产地或来源的声明，例如“加拿大产品”和“加拿大制造”，必须遵守竞争局提供的指南。如果品牌所有者从事了欺骗性的营销活动，他们可能会面临监管、民事甚至声誉上的风险。

品牌所有者不应就其商品或服务或其品牌的原产地夸大与“加拿大”的关联度。

如果在营销或广告材料中使用了加拿大的形象，品牌所有者应考虑使用该形象是否需要先获得同意。

品牌所有者必须采用结合具体情况的方法来评估其营销或广告材料将如何影响消费者的认知，这一点至关重要。品牌方的广告必须准确且不会误导消费者，并且其中的任何声明都必须有证据支持。

(编译自 www.mondaq.com)

加拿大期待已久的艺术家二次销售权：政策变动及重要性解析

“穷困潦倒的艺术家”这个陈词滥调，对许多人而言确是切身的现实，但绝非浪漫化的想象。众多加拿大艺术家的收入处于或低于贫困线。在创意经济中，视觉艺术家（顶级艺术家除外）堪称穷亲戚。不同于作家或音乐家能持续从作品销售和使用中获益，艺术家鲜少能从未来销售中获利。原住民艺术家历来处于特别不利的境地。

当艺术品在二级市场增值转售时，许多人都从中获利——唯独艺术家本人除外。一个广为人知的案例是：肯诺贾克·阿什瓦克（Kenojuak Ashevak）1960年以24美元售出的版画，2018年拍卖时竟以21.6万美元成交。面对万倍增值，艺术家财产管理方却分文未得。

这一现状即将改变。

通过2025年联邦预算案，加拿大已表明将修订《版权法》（以下简称《法案》）引入艺术家转售权（“ARR”）的意图。该修订《法案》实施后，加拿大将与包括欧盟、英国和澳大利亚在内的80个司法管辖区保持一致，同时符合国际法规定。作为主要版权条约的《伯尔尼公约》承认但未强制要求实施转售权制度。加拿大并非另起炉灶——法国作为艺术家权益的捍卫者早在1920年就确立了该制度，欧盟则于2006年要求所有成员国统一实施转售权制度。澳大利亚于2009年采纳该制度，新西兰则在2024年跟进。在美国，倡导者自1970年代起推动类似立法，虽多次提交法案，至今仍未通过。加利

福尼亚州作为特例，实施的转售权制度成效参差。

加拿大的公告既回应了艺术界长期呼吁，也汲取了数十年的国际经验。

什么是艺术家转售权？

转售权（又称追续权）赋予艺术家在作品于二级市场（通常通过画廊、经销商或拍卖行）转售时，获得销售价格一定比例（通常为 5% 版税）的权利。其宗旨明确：艺术品经济价值往往随时间增长，转售权确保艺术家能分享这种增值收益，而非仅从首次销售中获益。

现行法律：缺失何种机制？

尽管现行版权法全面保障创作者的财产权与人身权，却未建立艺术家从二次销售中获取版税的机制。

引入转售权将填补这一空白，通过增设与实体艺术品转售直接挂钩的法定权利，弥补传统无形版权保护范围的缺失。

新权利如何运作？

加拿大联邦政府的公告虽表明了强有力的政策方向，但具体实施细则仍需通过后续立法和法规明确。以下事项尚待确定：

- 版税比例；
- 资格认定门槛；
- 适用的作品类型；
- 适用的转售渠道；
- 负责版税征收与分配的行政机构

细节中或许暗藏玄机，但政府的意图清晰明确：艺术家——尤其是视觉艺术家——为国家作出了重大文化贡献，理应持续获得相应回报。鉴于艺术属于社会公共产品，加拿大艺术界即将迎来迟来的强劲推动力。（为彰显艺术家温饱保障的重要性，爱尔兰更进一步，将于 2026 年实施艺术家永久性基本收入保障制度）。艺术家退休金计划的核心承诺在于：通过为艺术家及其继承人提供经济支持，“穷困潦倒的艺术家”将成为历史长河中罕见的遗迹。

（编译自 www.jdsupra.com）

露露乐蒙注册新商标以应对仿制品



截至 2025 年 10 月 21 日，加拿大运动休闲品牌露露乐蒙（Lululemon）现已在美国完成了“LULULEMON DUPE”商标的注册工作。这标志着该公司又采取了新的措施来持续打击仿制品和类似产品。

众所周知，露露乐蒙在 2023 年举办了一场名为“dupe swap”的活动，允许顾客免费将其仿制品更换为正版露露乐蒙产品，以便他们亲身体品质上的

差异。此后，该品牌还在美国注册了“DUPE SWAP”商标，涉及第 35 类的零售和广告服务。

新注册的“LULULEMON DUPE”商标为这场斗争又增添了武器。尽管该商标仅在第 35 类注册，涉及零售、广告和营销服务（而非服装商品本身），但它可作为一种执法工具，用于对付使用这一特定短语销售或广告推销仿制品的第三方，并限制将露露乐蒙名称与此类物品的销售活动明确关联起来的机会。这是否能成为有效的执法工具，以及其权利范围是否足以对仿制品市场格局产生实质性的影响（如果这是他们的意图），仍有待观察。

结合“DUPE SWAP”的注册和 2023 年的活动，很明显露露乐蒙已经接受了“仿制品文化”的现实，

并且正在这种环境中寻找机遇，例如开展执法活动，试图收回话语权并推广宣传其正品的品质等。最近，他们还对 Costco 提起了诉讼，指控其销售的仿制品损害了自己的品牌声誉并带来了销售上的损失。

时尚品牌 Aritzia 在商标保护方面也有类似想法，他们也在美国和加拿大拥有待决的“ARITZIA

DUPE”商标申请，并且在中国拥有涉及皮革制品、服装和广告/营销服务的注册商标。

如果这些品牌能够取得积极的进展，未来或许还会有其他品牌考虑效仿。

(编译自 www.mondaq.com)

“坚强与自由”与阿尔伯塔省：当车牌驶入商标纠纷

当加拿大的阿尔伯塔省公布其新的车牌设计，试图以“坚强与自由”取代“野玫瑰之乡”时，该省真正期待的或许是掌声，而非一场潜在的商标纠纷。

这个短语直接源自《哦，加拿大》，并与阿尔伯塔省自身的拉丁语格言“Fortis et Liber”（意为“坚强与自由”）相呼应。它显得非常爱国且毫无恶意。但是，事实证明，这句话已经被他人占有了。

位于新不伦瑞克省圣约翰市的一家名为坚强与自由徽章公司(Strong and Free Emblem Inc)的企业，持有 6 件加拿大商标，涵盖了“坚强与自由”的多种变体。这些商标于 2010 年至 2022 年间完成了注册，覆盖了极其广泛的商品类别，包括服装、马克杯、磁贴、宠物产品、冰球圆盘，以及车牌和车牌架。

这些注册标志横跨了十几个类别，有效期持续至 2035 年。从法律文件上看，这赋予了该公司在加拿大境内，就所列商品和服务独家使用该短语的权利。如果阿尔伯塔省是一家推出了完整产品线的私营公司，这可能会造成严重问题。然而，阿尔伯塔省并非在销售 T 恤，它是在签发车牌，而这个区别至关重要。

根据加拿大《商标法》的规定，商标只有在财产所有权或货物占有权转移时出现在商品上，且该转移发生在“正常的贸易过程中”，才会被视为就相关商品进行了“使用”。这里的关键词是“在正常的贸易过程中”。阿尔伯塔省并非向消费者出售车牌。它

是根据法定权力，作为其监管职能的一部分来签发车牌。

《交通安全法》及其条例对此规定得非常明确。每一块车牌都归政府所有。不存在所有权的转移。司机不是购买商品的顾客，他们是暂时受托保管政府识别工具的登记人员。从这个意义上讲，车牌更类似于护照、邮票或出生证明，而非商业产品。

加拿大法院对邮票也持有同样看法。尽管邮票是人们可以收集或欣赏的有形物品，但邮票的存在是为了服务于政府职能，而非充当普通的消费品。它们证明邮资已付，而非贸易中的品牌。同样的逻辑适用于车牌。它们是为了识别和监管目的而制造出来的，而非用于商业销售，这使得它们成为了公共管理工具，而非商业产品。

因此，尽管阿尔伯塔省的新车牌上可能印有“坚强与自由”的字样，但该省并未从商标层面上使用该短语。其使用是象征性的，而非商业性的。没有人在登记时会认为自己是在购买一件品牌商品。车牌的存在是为了识别车辆和执行法规，而不是为了推广产品或宣传某个来源。

不过，话虽如此，如果该省或其下属机构开始销售印有此口号的纪念品、服装或其他商品，商标问题仍可能出现。一旦该短语应用于待售商品，其使用就变成了商业性的，坚强与自由徽章公司的权利就可能发挥出应有的作用。但是，只要车牌仍然

是根据《交通安全法》签发的政府财产，阿尔伯塔省使用该短语就属于爱国行为，而非侵权行为。

这种情况对政府、企业和商标从业者都是一个有益的提醒。即使是爱国或文化性的短语也可以被注册并作为商标受到保护，只不过对应的情境会决定一切。政府的使用不一定等同于商标使用。在采用口号前，公共机构仍应进行商标检索，并考虑是否需要将商品或旅游宣传材料上的短语进行商业化。

对于私有权利持有人而言，广泛的商标组合可能很有价值，但针对加拿大省级政府来执行这些权利可能会带来实际和声誉上的风险。对于商标律师

而言，阿尔伯塔省的例子凸显了“在正常的贸易过程中”这一短语的重要性。并非在公共生活中出现的每一个短语都能构成商标的使用。

只不过是一次设计上的更新，如今却成为一个关于文化象征主义与商业独占权如何交叉互动的有趣案例研究。阿尔伯塔省的新车牌或许凸显了自由与力量，但这些词语本身早已被注册并受到保护。对该省的好消息是，车牌不是产品，它是政府财产，依法签发，到期收回。在商标领域中，这意味着只要阿尔伯塔省守在自己的轨道上，它就可以继续行驶而不会遇到问题。

(编译自 www.mondaq.com)

其他

日本政府考虑完善仿制药专利链接制度的可能性

为完善日本专利链接制度，日本厚生劳动省发布报告，提议使用专家小组协助评估仿制药的专利侵权风险。



背景

日本厚生劳动省（MHLW）目前缺乏足够的法律经验来评估仿制药获批后是否会侵犯第三方专利。此外，日本法院不允许仿制药公司在预批准阶段获得不侵权的宣告判决，理由是仿制药公司在

MHLW 批准前没有寻求救济的合法利益。在此背景下，为完善日本专利链接制度，MHLW 发布报告，提议使用专家小组协助评估仿制药的专利侵权风险。

结果

MHLW 准备试行报告中提出的专家小组制度。根据试行结果，MHLW 将决定是否永久采用该制度，这可能会提高仿制药和生物类似物审批流程的质量，并减少品牌公司与仿制药或生物类似物公司之间批准后的专利纠纷。

展望

MHLW 仍在组建专家名单，并将公布新专家小组制度的更多程序细节。目前对新制度的评估为时

尚早。对于产品的再审查期即将结束的品牌公司，应继续向 MHLW 提交完整的相关物质和用途专利清单。

日本专利链接制度

日本没有与美国《橙皮书》或《紫皮书》相当的体系，后者列出了覆盖创新药品牌产品的专利。相反，品牌产品的制造商或上市许可持有人（“品牌公司”）向 MHLW 提交其认为与任何仿制药相关的专利清单。MHLW 随后审查清单上在计划批准日期后到期的物质和用途专利，以评估仿制药是否存在潜在侵权风险，并征求仿制药申请人和品牌公司的意见。如果 MHLW 认为存在潜在侵权，将不会批准仿制药上市，因这可能会对市场产品供应稳定性造成不利影响。

MHLW 缺乏足够的法律经验，有时也缺乏关于仿制药的必要信息，无法准确评估已批准的仿制药是否会侵犯第三方专利。此外，日本没有类似于美国简略新药申请（ANDA）诉讼的机制来解决专利侵权问题，日本法院也不允许仿制药公司在审批前获得不侵权宣告判决，理由是仿制药公司在获得 MHLW 批准前没有寻求此类救济的法律利益。因此，为了改进日本的专利链接制度，MHLW 于 2025 年 6 月 30 日发布了一份题为《关于在日本的专利链接制度中建立药品专利专家意见反映机制的研究》的报告。该报告提议使用专家小组来帮助评估仿制药的专利侵权风险。MHLW 将根据需要逐案任命三名或五名专家。

该拟议系统的其他特点包括：

专家

专家将是学术专家，或是在药品专利方面具有丰富经验的律师或专利代理人。他们及其家庭成员，以及在同一家律师事务所工作的律师和专利代理人，必须没有利益冲突，并承诺对所收到的信息保密。

专家小组的选择

MHLW 将从经过审查的专家名单中选定一名学术专家、一名律师和一名专利代理人组成三人专家小组。其身份将不予公开，因此双方均无法对任命提出异议。论据和证据的提交

MHLW 将通知双方其任命专家的决定。然后，双方应确定同意与专家共享的佐证文件，包括简报、相关判例及专家报告等。

书面意见

在审查相关文件和信息后，任命的专家将向 MHLW 提交关于专利侵权风险的联合书面意见，MHLW 可能会向任命的专家提出质询。MHLW 将最终决定是否仿制药上市的决定权。

上述程序也适用于生物类似药的申请。MHLW 目前正在组建其专家名单，并可能在年内启动该制度。

补充要点

- MHLW 将继续仅审查物质和用途专利的做法。
- MHLW 将在遮蔽机密信息后，向双方披露专家的书面意见。
- 专家小组似乎不会评估专利有效性。
- MHLW 不会向对方提供一方提交的材料副本，这可能限制双方充分反驳的能力。
- 启用专家不会改变 MHLW 审查仿制药申请的一年期限。

MHLW 尚未确定该专家小组制度的试行期限。该制度能否实现降低上市后专利纠纷频率的目标，以及是否会永久实施，仍有待观察。

在此期间，品牌药企若其产品重新审查期临近结束，仍需继续精心准备并提交完整的物质和用途专利清单。该清单作为药品专利信息报告的一部分提交，对于已注册专利，必须在复审期结束前提交才能被 MHLW 采纳。在新专家小组制度下，书面材料应针对学术专家及执业律师、专利代理人进行定

制化编写。

三大要点

1.为完善日本专利链接制度，MHLW 正筹备试行专家小组机制，在审查仿制药及生物类似药上市许可申请时，借助专家小组评估仿制药或生物类似药的专利侵权风险。

2.该部发布的指南草案阐明了专家小组的构成

及运作程序，但专家名单仍在组建中。新专家小组机制正式启动后，将公布最终实施细则。

3.目前尚不确定采用专家小组评估专利侵权行为能否减少药品上市后专利纠纷的发生频率——此类纠纷可能对药品稳定供应造成不利影响。该制度在试行期结束后是否会被 MHLW 永久采用，目前仍未可知。（编译自 www.jdsupra.com）

越南人工智能生成歌曲的知识产权保护难题：保护、责任与音乐法的未来

越南正在积极完善其法律框架，以应对人工智能产业的快速增长。由科技部发布的《人工智能法》草案计划于 2026 年 1 月 1 日生效。



在越南，人工智能生成的歌曲现正于 TikTok 等平台上不断掀起波澜，诸如《Say mot doi vi em》等曲目迅速走红并引发了广泛关注。这一现象带来了一系列的法律和伦理问题：这些歌曲的作者是谁？它们能否受到版权保护？如果发生侵权，责任应由谁承担？随着人工智能音乐在越南日益成为主流，这些问题正变得愈发紧迫。

越南人工智能生成音乐的版权保护

根据越南现行的法律，版权保护仅限于带有个人类创造性印记的作品。2022 年越南《知识产权法》的修订再次确认，只有由人类创作的作品才有资格获得版权保护。在实践中，如果人类在创作过程中作出了有意义的贡献（例如提供指令、进行选择、编辑或编排）那么他们的贡献成果就可能受到保护。

然而，如果一首歌曲完全是由人工智能生成的，其中并没有显著的人类投入痕迹，那么这就不太可能符合版权保护的条件。

当人工智能生成的歌曲不符合版权保护的条件下，随之而来的问题是，编写指令、编辑或汇编作品的人类是否仍可被视为越南《民法典》下的资产所有者。根据 2015 年《民法典》中的第 105 条，资产包括物品、金钱、有价证券和财产权。虽然不受版权保护的人工智能生成音乐不被视为金钱或有价证券，但它也有可能被视为一种物品（以数字文件或录音的形式），或者，如果它可以被占有、使用、转让或用于价值开发的话，则可能被视为一种财产权。

不受版权保护的人工智能生成作品的使用

如果一首歌曲不受版权保护，这是否意味着任何人都可以自由地使用它？答案是未必如此。版权的缺失并不意味着该作品的使用完全不受限制。人工智能平台的服务条款可能会限制商业用途、要求署名或强制收取许可费。而且，其他的权利也可能适用。创建、编辑或汇编人工智能生成作品的人类，

只要该数字资产（文件或录音）的创建和使用是合法的且未侵犯他人权利，就可以确立对该数字文件或录音的民事所有权。这种所有权不同于版权，但它允许所有者在法律和相关协议的限制内占有、使用和处置该资产。

此外，关于反不正当竞争、假冒或侵犯人格权（如声音、姓名或肖像）的法律可能仍然适用。

声音克隆及相关风险

声音克隆是一个特别棘手的问题。在越南，表演者权利既可保护现场表演，也可保护录制的声音。更重要的是，复制或模仿歌手的嗓音主要可能会侵犯《民法典》中所认可的人格权，该法典日益将声音视为个人的身份标识。其中主要的法律风险在于会侵犯到人身权，例如保护其声音完整性和真实性的权利，以及被承认为该声音所有者的权利。

对应的最佳实践包括：获得声音被使用者的书面同意；在内容上标注“人工智能声音”；以及避免任何暗示相关艺术家参与或认可该作品的表述。

与现有作品的相似性

当人工智能生成的音乐或歌词与现有作品较为相似时，还会产生另一个重大风险。侵权的判定标准是“实质性相似”以及对原作品的访问使用。如果人工智能创作出的片段与在先作品足够相似，在新的录音或编曲中使用该片段可能会构成侵权。“人工智能是在大型数据集上进行训练的”这一事实，并不能使其输出结果免于接受审查。即使输入数据是合法获取的，其输出结果仍必须避免复制受保护的内容。诸如“巧合、共同风格或少量摘录”等抗辩理由需进行个案评估，且通常需要专家进行分析。

在人工智能音乐生态系统中，责任和利益分配的问题是复杂的。对人工智能生成音乐进行指令输入、选择、编辑或发布的用户，需对其发布或利用的输出内容承担直接责任。如果人工智能平台提供了侵权的工具或模型，或未能移除侵权内容，它们

也可能承担责任。那些对人工智能生成音乐进行投资、发布或商业利用的人士可能会通过合同获利，但他们也承担着相应的法律风险，包括赔偿、内容下架或召回义务。

对创作者和出版方的实用建议

对于创作者和出版方，有以下几点实用建议：

记录创作过程：记录人类在创作过程中的作用，展示为支持作者身份主张而进行的选择和编辑行为。

进行相似性检查：使用旋律和歌词分析工具进行检查，并在必要时寻求专家意见，以避免出现可被他人识别出的复制行为。

重视声音治理：未经书面同意不得克隆歌手声音，需清晰地标注出人工智能生成的声音，避免暗示有相关艺术家的参与。

确保来源清晰：使用具有清晰来源的模型和训练数据，并确保所有样本、循环片段和插件都已获得适当授权，同时保留记录以证明来源。

明确内部合同：内部合同应在作者、制作人、歌手、工程师和出版方之间分配权利和责任，包括针对知识产权索赔的赔偿条款。

审阅平台条款：仔细审阅平台条款中关于输出内容的使用权、商业限制和标注义务的规定。

建立应对机制：建立接收和及时响应下架通知的程序，以最大限度地减少损失。

越南的法律展望

越南正在积极完善其法律框架，以应对人工智能产业的快速增长。由科技部发布的《人工智能法》草案计划于2026年1月1日生效。与此同时，越南的《知识产权法》正在修订中，讨论的焦点之一是如何规范人工智能生成的内容。

当前的框架并不承认人工智能为作者，这意味着完全由人工智能创作的作品，除非存在可识别的人类贡献，否则可能无法获得版权保护。这一法律

空白促使人们呼吁对人工智能辅助创作中的作者身份、所有权和责任归属作出更清晰的定义。虽然现在预测越南即将出台的法律会限制还是鼓励人工智能生成的音乐还为时过早，但其方向似乎是谨慎乐观的。越南政府正在创新激励与伦理法律保障之间寻求平衡，旨在以负责任的方式推动人工智能发展，同时保护创作者和消费者。

关于人工智能生成内容的关键知识产权要点

人工智能生成的音乐在三个方面对传统的知识产权框架构成了挑战：作者身份与保护；声音克隆及与在先作品相似性的风险；以及用户、平台和出

版方之间的责任分配。

最稳妥的前进路径是采取主动措施：记录创作过程，勤勉地厘清权利，并运用好合同保障措施。通过这些方法，企业可以将人工智能视为一种可持续的创作工具，而非法律隐患，从而在越南快速发展的音乐格局中善加利用。

随着越南不断演变的法律环境既带来机遇也伴随着不确定性，音乐和创意产业的利益相关者应保持对监管动态的了解和参与，以更好地驾驭人工智能生成内容的未来。

（编译自 www.mondaq.com）

卡塔尔首次开放工业品外观设计与实用新型的申请



卡塔尔商业与工业部知识产权保护司已正式宣布，位于该部总部的工业产权局现已开始受理工业品外观设计与实用新型的注册申请。

这在卡塔尔的知识产权体系中是一个重要的里程碑，因为尽管该国已于 2020 年颁布了关于保护工业品外观设计与实用新型的第 10 号法律，但此前人们一直无法进行工业品外观设计的注册工作。直至目前，权利持有人只能依赖间接或临时的保护措施，例如在当地报纸上发布警示性公告、申请立体商标（常被驳回）或对符合条件的外观设计进行版权登记。

背景

尽管相关法律于 2020 年通过，且其实施细则随后根据 2024 年第 129 号部长级决定（于 2025 年 3

月公布）发布，但由于缺乏指定的工业品外观设计局，具体的实施工作只能推迟。最近的通告确认，这个新设的机构现已全面投入运营，并准备好接收外观设计申请。

申请程序

相关申请必须亲自在商业与工业部总部提交，费用在提交时于接待处支付。所需的表格、文件以及官方分类可在商业与工业部网站的知识产权保护司业务表格页面获取。

关键文件要求

根据实施细则，每份外观设计申请必须包括：经卡塔尔领事馆认证/核证的授权委托书；发明人详细信息（姓名、国籍、地址及身份证明）；申请人/受让人详细信息（若与发明人不同）；审查、公开与保护期限。

目前尚未发布关于审查的正式指南，但预计仅为形式审查。被接受的外观设计将根据实施细则第 14 至第 18 条进行公布。保护期限为自申请日起 5 年，可续展 2 次，每次续展期限相同，最长可获得

15 年的保护。

实践展望

目前，申请仍需线下提交，不过商业与工业部已表示正在开发电子申请功能。随着该新设机构运

作和审查流程逐步成型，评估实际操作流程的最佳方式将通过向该办公室提交实际申请来积累经验。

(编译自 www.mondaq.com)

伊朗已正式递交《斯特拉斯堡协定》和《维也纳协定》的加入文书

伊朗已正式向世界知识产权组织 (WIPO) 提交加入《斯特拉斯堡国际专利分类协定》(“《斯特拉斯堡协定》”) 和《维也纳商标图形要素分类协定》(“《维也纳协定》”) 的法律文书。

根据伊朗司法部消息，伊朗已通过其驻日内瓦国际组织大使兼常驻代表向 WIPO 总干事提交了加入文件，这将使伊朗成为这两项重要国际协定的最新成员。伊朗司法部知识产权部门代理负责人阿赫迈德·阿里·莫森扎德 (Ahmad-Ali Mohsenzadeh) 表示，此举是“加强法律外交、确保伊朗在国际知识产权论坛中积发挥积极作用的关键举措”。

莫森扎德指出，伊朗司法部作为国家知识产权政策委员会 (National Intellectual Property Policy Council) 的主席和秘书处，负责在政府及议会层面组织专家评审并协调加入法案的推进工作。他进一步指出，加入这两项协定是伊朗在工业产权领域 (如《保护工业产权巴黎公约》成员资格) 既有路径的延续，将有助于加强该国在该领域的法律与技术基

础设施。

两项协定详情

《斯特拉斯堡协定》：该协定于 1971 年缔结，1975 年生效，建立了国际专利分类体系 (IPC)。该体系将技术划分为部、类及主题组，旨在为工业产权局及用户提供专利文件的检索、注册和调阅。

《维也纳协定》：该协定针对商标的图形要素进行分类，要求成员国在商标注册及续展的文件和公告中标注相应的分类符号。随着标志设计复杂度的提升及品牌领域新技术的扩展，这一分类体系在确保商标注册程序的清晰度和准确性方面发挥着重要作用。

对科技与商业领域的意义

伊朗司法部官员表示，加入这两大国际体系是该国知识产权基础设施建设的重要里程碑，此举将简化伊朗专利和商标的全球注册与保护流程，使科技和商业主体能更便捷地在国际市场注册并维护其知识产权资产。(编译自 www.wanaen.com)

非洲地区与国际商标注册体系：来自坦桑尼亚的警示案例

在一项重要裁决中，坦桑尼亚上诉法院 (坦桑尼亚大陆和桑给巴尔的最高司法机关) 裁定，通过非洲地区知识产权组织 (ARIPO) 注册的商标在坦桑尼亚是无法获得保护的。

拉凯罗案

在拉凯罗实业集团有限公司 (Lakairo Industries Group Co. Limited) 起诉肯非洲实业有限公司 (Kenafira Industries Limited) 一案中，法院就涉及糖果品牌的商标侵权索赔指控作出了裁决。法院确认，坦桑尼亚实行的是一种二元法律制度，这意味

着国际条约在获得批准后不会自动成为国内法的一部分，而是需要单独的议会立法来实施。

法院的结论是：由于坦桑尼亚尚未批准《班珠尔议定书》，ARIPO 的注册商标在坦桑尼亚法院里是无法得到保护的。

作为回应，ARIPO 于 2025 年 10 月 23 日发布了第 BP/2025/1 号通知，确认“在另行通知之前，坦桑尼亚不具备根据《班珠尔议定书》获得指定保护的资格”。

必须注意的是，这项裁决仅会影响到那些通过 ARIPO 提交的注册商标。涉及专利、实用新型和外观设计的《哈拉雷议定书》遇到的问题相对较小，因为 1994 年《专利（注册）法》确实包含了承认通过 ARIPO 体系提交的专利和实用新型的条款。因此，除了下文关于桑给巴尔的评论外，该裁决不应负面影响到持有覆盖坦桑尼亚的 ARIPO 专利或实用新型的权利人。

桑给巴尔的复杂情况

法院没有进行处理的一个额外问题让这件事变得更加复杂：即使 ARIPO 的注册商标是有效的，但是由于坦桑尼亚大陆和桑给巴尔实行了独立的商标体系，这些注册商标也无法覆盖到整个坦桑尼亚。

尽管自 1964 年以来实现了政治上的联合，坦桑尼亚大陆和桑给巴尔仍保持着独立的知识产权法律和注册体系。由于桑给巴尔不是一个独立国家，它不能成为《班珠尔议定书》的缔约方。

关键点

该裁决确认：

ARIPO 的注册商标权利在坦桑尼亚难以得到保护；

权利持有人应在坦桑尼亚大陆和桑给巴尔分别提交本地申请；

不这么做的话将导致相关的执法行动在法律上无法成立，即使在市场上存在着混淆的情况下也是如此。

更广泛的影响

本案重申了一个关键原则：在二元法律制度下，只有当基础条约已通过国家立法被纳入国内法后，地区性的知识产权体系（如 ARIPO）和国际体系（如马德里体系）才能起到效果。

仅纳入国内法可能也是不足的

仅仅将国际知识产权文书纳入国内法可能不足以使其完全生效，除非颁布了相应的授权条款，以使国家程序与国际要求协调一致。

坦桑尼亚就是例证：坦桑尼亚大陆和桑给巴尔的商标续展期限不同。如果没有授权立法来使这些相互冲突的条款与国际文书保持一致，那么法律上的不确定性将会持续存在。

解决方案：纳入国内法并辅以全面的授权立法，对于消除冲突并在地区和国际知识产权体系下提供确定性而言是至关重要的。

（编译自 www.mondaq.com）

法国商标争议为欧盟法官提供法律澄清机会

欧盟商标法规定，申请人应被拒绝注册那些“具有欺骗公众性质”的商标，例如涉及商品或服务的性质、质量或地理来源。对于已注册的此类商标，其注册可能被宣告无效。



欧盟最高法院的法官们即将作出一项裁决，借此机会澄清欧盟商标法。一位品牌保护专家表示，法官们将审议如何评估商标给消费者留下的印象。

品诚梅森律师事务所的法比安·克莱因（Fabian Klein）表示，欧盟法院（CJEU）应确认，评估商标给消费者留下的印象时，应同时考虑商标可能传达的其所涵盖商品或服务的特性，以及其可能传达的商标背后企业的形象。

他指出，此项澄清将充分体现商标的双重法律功能。

克莱因是在欧盟法院佐审官（advocate general）尼古拉斯·埃米利乌（Nicholas Emiliou）就一起商标案件发表无约束力的意见后发表上述评论的，CJEU 将在未来几个月内就该案件作出正式判决。

该案提交至 CJEU 审理，涉及法国境内围绕奢侈皮具等商品商标权引发的争议。这场已上诉至法国最高法院的纠纷，由竞争对手制造商 Fauré Le Page Paris SAS (FLP Paris) 与 Goyard ST-Honoré SAS (Goyard) 双方展开。

FLP Paris 成立于 2009 年，但 Goyard 指控该企业注册的商标误导消费者认为其创立于 1717 年，从而暗示其生产的标有该商标的商品是由一家拥有数百年历史的公司按照其专有技术制造的，并具有某种品质。Goyard 认为，这违反了法国和欧盟的商标法。

欧盟商标法规定，申请人应被拒绝注册那些“具

有欺骗公众性质”的商标，例如涉及商品或服务的性质、质量或地理来源。对于已注册的此类商标，其注册可能被宣告无效。

Fauré Le Page 品牌历史悠久。该商标原属 Maison Fauré Le Page 公司，该公司于 1992 年解散。自 1716 年起，Maison Fauré Le Page 便在巴黎销售皮革配饰。2009 年，FLP Paris 公司从 Maison Fauré Le Page 解散时从该商标的受让方处收购了该商标。

随后，FLP Paris 为“Fauré Le Page 1717”注册了更多商标，其关联公司之一开始在巴黎某店铺及百货商场销售该品牌皮具。Goyard 向法国法院提起诉讼，要求宣告“Fauré Le Page 1717”商标无效。

尽管 Goyard 最初在法国法院的诉讼中败诉，但 2021 年巴黎上诉法院支持了其主张。Fauré Le Page 向法国最高法院提起了上诉，该法院现已请求 CJEU 协助解决此案，以便澄清欧盟商标法的解释标准。为协助 CJEU 完成此项工作，佐审官埃米利乌被指派审查该案的法律问题并发表无约束力的意见。该意见已于 11 月下旬发布。

根据佐审官埃米利乌的意见，欧盟商标法应作如下解释：在商标中包含一个年份（该年份可能被公众理解为商标所有人的成立年份），但实际情况并非如此时，仅凭这一点本身不足以导致该商标无效。

相反，埃米利乌表示，商标仅在满足以下条件时方可因误导公众而宣告无效：该商标“具有足以使公众误认其所涵盖商品或服务特性的性质，且必须构成对该特性的充分具体表述”。他补充道，在评估过程中不应考虑商标本身或其注册申请时所涵盖的商品服务清单之外的任何情况，包括商标当前所有者的实际创立年份。

克莱因表示，该意见“未能全面考量商标所承担的各项功能”。

他说：“根据既定判例法，商标的主要功能在于表明商品来源，从而将其与特定经营者关联起来。

此外，商标还具有质量标识功能和广告宣传功能。诚然，禁止欺骗性商标的规定侧重于商品或服务本身的要素，而非背后的企业主体。然而，完善的商标体系必须在注册阶段就考量商标的全部功能属性。因此我并不完全认同商品或服务特性可与商业来源特性割裂开来——这种人为区分在奢侈品领域尤其站不住脚，该领域商品价格往往无法仅凭其特性本身而脱离企业及其声誉得到合理解释。”

克莱因表示，在德国，即使法院采纳佐审官埃米利乌的观点，使用本案涉及的商标等品牌，仍可能因不正当竞争法而受到质疑。他解释道：“反不正当竞争法禁止传播关于产品背后公司的虚假信息。因此，即使 **Fauré Le Page** 能够保留其商标，使用该商标中的‘1717’元素，仍可能因不正当竞争而被禁止。”

（编译自 www.pinsentmasons.com）