

精英动态

热烈祝贺佛山市精英知识产权服务有限公司 揭牌开业

为了满足华南地区企业日益高涨的知识产权保护需求，帮助企业及时进行知识产权布局，2015 年 5 月 6 日，精英知识产权集团在佛山正式揭牌成立了佛山市精英知识产权服务有限公司。黄卫家董事长、林丽双总裁莅临佛山主持了此次揭牌仪式。

精英知识产权集团自 2002 年改制以来，在政府相关知识产权部门的指导下，在广大客户的支持下，在全体精英人的努力下已取得了令人瞩目的成绩，各项业务得到迅猛发展，核心业务在行业中更是名列前茅，成为广东省内排名第一的知识产权服务机构。

佛山精英知识产权服务有限公司的成立，为精英知识产权的进一步发展奠定了基础，搭建了更广阔的平台。佛山精英知识产权以精英知识产权总部作为其坚强的后盾，建立了一支立足本地的专业团队，并引进了一批优秀的人才。在黄卫家董事长和林丽双总裁的领导下，在全体同仁的共同努力下，精英知识产权集团一定会乘风破浪、再续辉煌，成为业界的璀璨明珠。

深圳市知识产权局一行领导莅临精英 调研指导工作

2015 年 5 月 12 日下午，深圳市知识产权局知识产权促进处陈民钢处长、深圳市知识产权局知识产权保护处黄庆章副处长、国家知识产权局专利局深圳代办处信息服务部负责人邓科峰，以及专利协会有关专家等一行领导莅临精英调研指导工作，为十三五计划进行调研。精英知识产权集团黄卫家董事长、林丽双总裁、李昌华副总裁热情接待。

在座谈会上，精英知识产权集团黄卫家董事长就精英的发展情况进行了简要的汇报，并且对深圳市政府未来五年知识产权工作的发展提出了建议和意见，双方对知识产权促进产业发展、加强知识产权行政与司法保护、推动企业实施“走出去”战略等事宜进行了具体的交流。

上海商标协会一行莅临精英考察调研工作

2015 年 7 月 15 日下午，由上海商标协会秘书长邵巧珍、综合部主任吴燕鸣，上海工商局上标处科长沈宇，以及上海多家知识产权代理机构负责人一行 9 人来我所考察调研。精英知识产权集团董事长黄卫家热情接待。

在座谈会上，黄卫家董事长就精英知识产权集团的基本情况进行了介绍，双方对《商标代理服务规范》达标评审工作方案进行了具体的交流。

精英知识产权集团为深圳粤宝电子科技有限公司 提供多项变更服务

深圳粤宝电子科技有限公司是一家以磁性感知与识别元件为主业的综合性国有企业，走在国内外高新技术前沿，是中国最大的读卡磁头、验钞磁头、支票检测磁头供应商。深圳粤宝电子科技有限公司已相继委托精英知识产权注册多件商标及申请多件专利，现该公司扩大经营范围更改了注册人名义和地址，为遵循法律规定，该司委托精英知识产权向商标局提交多件商标注册人名义、地址变更申请和专利权人名义、地址变更申请，以更好地保护其商标及专利权利。

湖南湘投阳光集团

特聘精英旗下君逸律所为常年法律顾问

湖南湘投阳光集团在老字号“深圳阳光酒店”

的基础上提炼并锻造了集团化管理、国际化视野的“阳光”酒店品牌，集团已在深圳、三亚、海口、张家界、长沙等经济旅游热点地区投资控股或管理多家高星级酒店。该集团一直很重视对于知识产权的保护，为了集团更好地发展，日前该集团特聘精英知识产权旗下的君逸律师事务所作为其常年法律顾问，监测侵权行为，处理侵权案件。精英全权负责该集团在知识产权方面的一切法律事务，为该公司的发展保驾护航。

广东太阳库新能源科技有限公司 委托精英知识产权集团申请两件 PCT 专利

广东太阳库新能源科技有限公司主要致力于建造太阳能电站，是光伏技术应用领域的创新者。精英知识产权已相继为广东太阳库新能源科技有限公司申请多项实用新型专利和外观专利，并相应成功获得授权。近日，该公司再次委托精英知识产权申请 PCT 国际专利，精英组建了专业工程师团队积极跟进，充分利用精英在国际专利申请方面的资源优势，制定了完善的专利申请方案，为该公司提供了专业的服务，深获该司认可。

深圳市奥飞贝肯文化有限公司委托精英知识产权 集团为其主要动画形象“倒霉熊”的知识产权进 行全方位保护

深圳市奥飞贝肯文化有限公司致力于国际知名动漫形象的收购运营、内容创新、衍生品开发与授权。公司全资收购的贝肯熊形象，又名“倒霉熊”，这一形象于 2002 年诞生于韩国，是韩国最受国民欢迎的动漫形象之一，并在国际范围内深受喜爱。近期，该公司委托精英知识产权就“倒霉熊”形象向版权保护中心提出了作品著作权保护申请，同时在多个与该司相关联类别上办理了“倒霉熊”商标的国内注册申请与国际注册申请。该公司采纳了精英的建议对其知识产权进行了全方位的保护。

精英知识产权集团 为怡亚通 EA 提供商标全类注册服务

深圳市怡亚通供应链股份有限公司（简称怡亚通 EA）成立于 1997 年，2007 年即上市成功，是中国第一家上市供应链企业。曾获评“21 世纪最佳商业模式”，上榜《财富》“2011 年中国 500 强”，成为福布斯中国顶尖企业之一。公司成立初期即与精英建立的合作关系。近期在精英知识产权的建议下，该司委托精英知识产权代理了“怡亚通 EA”的国内商标全类注册申请，完善了对品牌的保护。

精英知识产权集团代理博士豪 发明专利成功获得授权

2011 年 11 月，深圳市博士豪珠宝有限公司委托精英知识产权，向国家专利局申请一件主题为《组合戒指》的发明专利，国家专利局经过审查，发出了第一次审查意见通知书、第二次审查意见通知书，认为该专利申请缺乏新颖性、创造性，精英知识产权专利代理人与发明人进行了进一步的深入的交流，并与审查员积极有效的沟通，最终该专利通过国家专利局的审查，于 2015 年 4 月获得授权，公开号为：CN103169210A。至此，精英知识产权已代理博士豪公司多项专利申请，并获得授权。

精英知识产权集团代理马德兰公司 “72 空间”商标驳回复审案

深圳市马德兰环境科技有限公司 2013 年 12 月委托精英代理申请“72 空间”在 37 类商标注册申请，于 2014 年 11 月被商标局引证“39° 空间”“U 空间”部分驳回主要的服务项目。马德兰公司不服该驳回通知，委托精英向商评委提交驳回复审申请，经精英分析指出，一、“72 空间”商标是马德兰公司独创设计，赋予独特的企业文化、服务意念，具有较强的显著性；二、引证商标与“72 空间”在商标的整体含义及整体外观区别明显，不构成类似服务上的近似商标，其注册

与使用绝对不会致使相关公众造成混淆和无人；三、马德兰公司持续使用和宣传该商标，已拥有一大批忠实的用户，具有较高的知名度，“72 空间”已具备独立区分服务来源的功能。综合前述分析，请求商评委对驳回的服务项目予以初审公告。

商评委经过审理查明，采纳精英复审意见，最终决定驳回商标予以初审公告。

精英知识产权集团 代理英威腾电气公司“IMARS”商标异议案

英威腾电气公司委托精英对第 9 类“IMARS”商标（被异议商标）进行异议答辩。美国摩特斯—阿莫提阿斯有限公司引证 4951580 号“MARS”商标（引证商标）对英威腾电气公司的“IMARS”商标提起异议申请。结合异议人异议理由和英威腾电气公司对“IMARS”商标的使用情况，精英分析，一、被异议商标与引证商标在整体外观和含义以及读音等方面不同，不构成相同或类似商品上的近似商标；二、被异议商标经过长期使用和宣传有一定的知名度和影响力，为相关公众所熟知，取得了一定的市场地位。商标局经审查认为，双方商标指定使用商品的商品功能用途等方面明显区别，不属于同一种或类似商品，且双方商标在文字组合、呼叫、整体外观存在较大差异。最终商标局决定认为异议人的异议理由不成立，通过英威腾电气“IMARS”商标，予以核准注册。

精英知识产权代理威尔德医疗又一件发明专利成功获得授权

2011 年 10 月，精英知识产权受深圳市威尔德医疗电子有限公司的委托，向国家专利局申请了一件主题为《具有识别功能的超声探头和超声治疗装置》的发明专利，经国家专利局审查后，于 2015 年 5 月获得授权。深圳市威尔德医疗电子有限公司创立于 1996 年，位于深圳市国家生物产业基地，注册资金 1.5 亿元，拥有 5 万多平

方米工业园，建立了威尔德制造中心、研发基地、威尔德办公大楼，2010 年 7 月，重组上市，证券代码：002144（深圳市威尔德医疗电子有限公司与宏达高科控股股份有限公司成功重组上市）。经过十九年创新发展，已建成集科研、生产、市场营销、客户服务为一体的国产超声诊断系统主要生产基地，成为典型的低能耗、无环境污染的高技术密集型企业，综合实力位于全国超声诊断系统行业前列[年产 30000 台 B 超]。生产的设备，不仅广泛应用于国内大中型医院，并大量进入国际市场，如北美、欧洲、非洲、东南亚等，已在全球市场上得到广泛认可，成为国内外知名品牌。威尔德公司将以创新的技术，成套自动化生产线、综合的实力，正朝着世界级优秀企业的宏伟目标跨越发展。该公司同精英知识产权已有多年的合作关系，已委托精英申请了多项技术专利。

精英知识产权集团代理林宝科技有限公司专利侵权纠纷调解成功

深圳市某公司诉深圳市林宝科技有限公司（林宝公司）因发明专利侵权纠纷一案，原告公司向深圳市中级人民法院起诉被告林宝公司，起诉称林宝公司侵犯了原告电子香烟发明专利，要求法院判决林宝公司停止侵权行为，并赔偿原告经济损失、律师费、调查取证费、公证费、诉讼费总计 384767 元。

被告林宝科技公司委托精英知识产权集团旗下广东君逸律师事务所及深圳市精英专利事务所作为诉讼代理人，指派李日彪律师、刘贻盛专利代理人参与诉讼事宜。

李日彪律师、刘贻盛专利代理人经过全面了解案情、深入研究双方证据材料，结合庭审情况，与审判法官多方沟通，最终原告同意林宝公司以赔偿 20000 元的微小代价为条件进行和解，该和解条件达到了林宝公司的预期目标，为林宝公司节省经济损失达 36 万元之多，林宝公司对和解条件极为满意。

精英知识产权集团代理可口食品罐头公司商标侵权纠纷获得胜诉

可口食品罐头实业(深圳)有限公司(可口罐头公司)诉海南某公司、深圳某公司商标侵权纠纷一案,精英知识产权集团旗下广东君逸律师事务所作为原告方可口罐头公司的诉讼代理人,指派黄晓翰、李日彪律师起诉至深圳市中级人民法院。

黄晓翰、李日彪律师接受委托之后,深入了解相关事实,全面研究案情,并充分收集证据材料。最终经过法庭审理,全面支持了黄晓翰、李日彪代理律师的意见,判决被告停止侵权行为,赔偿可口罐头公司100万元及维权费用,并承担本案的诉讼费用7万元。深圳市中级人民法院充分发挥审判职能,积极发挥司法保护知识产权的主导作用,加大对知识产权司法保护力度,将更加有利于知识产权行业未来的发展。

精英知识产权集团代理味奇生物科技商标侵权纠纷一案获得胜诉

深圳市味奇生物科技有限公司(味奇公司)诉湖南某公司、江西某公司因商标侵权纠纷一案,精英知识产权集团旗下广东君逸律师事务所作为原告方深圳市味奇生物科技有限公司的诉讼代理人,指派李日彪律师、柯凌峰实习律师起诉至长沙市岳麓区人民法院。

最终经过法庭审理,支持了李日彪律师、柯凌峰实习律师的意见,判决被告停止商标侵权行为,赔偿味奇公司5万元,并承担本案的诉讼费。

精英知识产权集团代理神舟诉力喜买卖合同纠纷一案获得胜诉

深圳市神舟电脑股份有限公司(神舟公司)诉深圳某公司(力喜公司)及另一家有限公司因产品买卖合同纠纷一案,精英知识产权集团旗下广东君逸律师事务所作为原告方神舟公司的诉讼代理人,指派李日彪律师、李丹意实习律师于2014年9月1日起诉至深圳市龙岗区人民法院,

请求法院判决两被告力喜公司、创联公司赔偿神舟公司损失29400美元,并承担本案的诉讼费。力喜公司收到神舟公司起诉状之后,随即向法院提起管辖权异议,法院裁定力喜公司管辖权异议不成立。此后力喜公司提起反诉,请求法院判决神舟公司赔偿力喜公司经济损失671500元,并承担本案诉讼费用。李日彪律师、李丹意实习律师接受委托代理之后,对案情进行全面了解,指导神舟公司全力收集证据,对力喜公司举证证据进行深入研究分析,在相关证据对神舟公司不利的情况下,庭审过程中充分阐述法律规定,并对力喜公司的理由及证据进行一一反驳、质证。

最终经过法庭审理,全面支持了我方代理律师的意见,判决被告力喜公司赔偿神舟公司经济损失29400美元,并承担本案的诉讼费,此外驳回力喜公司的反诉请求。

精英文化

精英知识产权集团

微电影《谁动了我的爱情商标》正式发布

由精英知识产权集团打造的微电影《谁动了我的爱情商标》已经通过精英微信公众号正式发布。该微电影讲述了因为爱情，一对男叫陈民绿，女叫张丽雅，来自湖南岳阳的恋人以自己的名字组合成“绿丽雅”商标在深圳创业打拼，由于商标保护意识不强，承载着爱情的商标被离职员工抢先申请注册，由此而引发的故事。该部微电影由精英知识产权集团根据多年实务经验精心打造，在业内引起广泛反响。

热烈祝贺我所林琳律师参加福田区“律政菁英·法治先锋”演讲比赛获得优秀奖

5月4日下午，由福田区司法局、福田团区委联合举办的“律政菁英·法治先锋”演讲比赛初赛在福田会堂三楼多功能厅顺利举行。24家律师事务所的33名青年律师参加了演讲比赛。

演讲活动以“法治梦·青春梦”为主题，贴近青年律师工作实际，以展示青年律师忠于法律、向往法治、积极进取和勇于担当的精神。林琳律师以《法律人的社会责任》为题目，表达了新一代青年律师的社会担当与责任感，充分展示了精英律师的智慧和风采，最终荣获优秀奖。

比赛现场气氛热烈，演讲者真情投入、声情并茂，诚挚的话语和精彩的故事打动了前来观看比赛的青年法官、检察官、公安干警及机关各执法部门青年代表及青年律师。一次次响起的热烈掌声，将比赛不断推向高潮。

精英知识产权集团专利部

参加专利分析实战班培训活动圆满结束

6、7月份专利部门的部分同事参加深圳市知识产权局组织的“国家知识产权局专利分析实战培训初级班”第一期和第二期。

培训通过理论讲解、任务驱动、分组协作、小组讨论、现场指导、完成作业、分享交流等活动，使学员们能快速理解专利文献的技术问题、技术方案和技术效果，能够对产品、技术和竞争对手进行专利分析，能够根据专利信息分析结果提出研发建议和规避技术风险的法律建议，能够熟练制作分析图表和撰写专利分析报告。参加培训的同事们均通过考核并获得由国家知识产权局颁发结业证书。

精英知识产权集团 VS 顺丰快递 篮球友谊赛完美落幕

为丰富广大员工的文体娱乐生活，充分发挥员工们的团队协作精神，增强员工之间的企业凝聚力和自豪感，精英知识产权集团与顺丰快递公司分别于6月16日和23日举办了两场篮球友谊赛。篮球比赛在福田区皇冠体育中心举行，各部门的男同胞们积极响应参加比赛，场外拉拉队更是热情高涨，欢呼声、呐喊声让篮球比赛气氛不断升温。全体运动员、裁判员、工作人员及现场观众表现突出，工作人员积极做好后勤保障工作，全体运动员都发挥了友谊第一、比赛第二的精神。第一场比赛精英知识产权集团最终以44比29获得胜利，而第二场比赛则更加跌宕起伏，在全场比赛落后的情况下，最后六秒绝杀对手，以85比84一分险胜，充分体现了精英永不言弃，不断奋斗的精神。

篮球赛是一次充满娱乐趣味与竞争快感的盛会，这里有旗鼓相当的激烈对抗，有惺惺相惜的实力比拼，有集体助威的团结一致和弥足珍贵的团队合作带来的感动。今后，精英将继续本着丰富员工们的文体生活为目的，从促进员工身心健康角度出发，更多更好地举办丰富多彩的文体活动，充盈我公司企业文化建设，推动精英蓬勃快速发展。

行业资讯

阿联酋商标官费翻倍上涨 5月开始实施

阿联酋当地时间2015年5月10日下午1点，当国商标局公布了新的商标官费，新增了一些收费项目，绝大部分官费翻倍上涨。此次官费上涨已通过阿联酋内阁2015年第9号决定予以批准。新的官费标准将从2015年5月30日开始实施。

主要变化有：商标查询官费翻倍，从250阿联酋迪拉姆上涨到500阿联酋迪拉姆；商标申请官费翻倍，从500阿联酋迪拉姆上涨到1000阿联酋迪拉姆；商标公告官费翻倍，从500阿联酋迪拉姆上涨到1000阿联酋迪拉姆；商标注册官费翻倍，从5000阿联酋迪拉姆上涨到10000阿联酋迪拉姆。以1阿联酋迪拉姆兑换1.75人民币计算，今后国内申请人在阿联酋申请注册商标，顺利注册的情况下仅官费就要多支出人民币约11000元。

同时，对于2015年5月30日前尚未完成注册发证的商标，后期的公告费、注册费将按照新的标准收取，将增加官费合计人民币约9600元。

柬埔寨加入马德里体系

截止至2015年7月10日，随着柬埔寨加入《马德里议定书》，马德里成员国已增加至96国（含中国在内）。

2015年有3国加入马德里国际联盟，分别为：非洲知识产权组织（2015.3.5）、津巴布韦（2015.3.11）、柬埔寨（2015.6.5）。

马德里体系简化了跨国商标注册的流程，使得商标注册申请人不需在各个国家的知识产权局都进行注册，从而免去了分别向这些缔约方的商标注册机关使用不同的语言、递交不同的申请的繁琐工作。

不过，马德里注册体系的亦有其弊端，如要求以国内申请/注册为基础、没有统一的注册证及极具威力的“中心打击原则”。这一原则内容为，通过马德里国际注册程序注册的商标，如果在注

册之日起5年之内，基础申请或注册被驳回、撤销、注销、放弃或宣布无效，那么，其效力及于所有指定国，即该商标不得再要求国际注册给予保护，而不管该商标的国际注册是否已经被转让。

企业转型发展：品牌及IP需齐发力

“新常态下，中国经济不仅仅是增长速度的变化，还需转型升级。尤其是中国正面临互联网新技术和新常态转型期的机遇叠加，有可能在相关领域涌现出世界级大企业，引领创新潮头。”国务院发展研究中心原副主任刘世锦在近日召开的中国中小企业投融资交易会上表示。

对于新常态的理解，北京大学光华管理学院名誉院长厉以宁发表了四点看法：首先，速度要从高速增长转为中高速增长。我们过去虽然经济增长率很高，可是企业技术水平处在中低端，这并不符合一般规律。必须让中国经济走向中高速增长，而把技术水平提高到中高档。其次，适应现在的经济增长，而非过去长期的粗放型增长。再次，过去习惯于计划经济体制，现在重要的是企业自己找销路、找市场，不能依赖计划经济体制。最后，企业不能依赖宏观经济调控，现在在资源配置中是让市场起决定性作用的，宏观调控是必要的，但只是微调、定向调控，这要适应新常态。

专家表示，企业转型发展需在品牌打造和知识产权保护两个方面齐发力。

在创造品牌方面，企业需在产品的质量及创新上进行改革来促进内销，才能改善当前的经济环境。厉以宁认为，企业需要让产品更加个性化，产品一定要反映出消费者的要求。让服务更人性化，服务业要发展，更加符合消费者的要求。把品牌打造到国外去。中国制造业最困难的是品牌不足，好品牌少，要打开世界市场，要靠技术创造品牌。有品牌，才能在世界有销量。把顾客留在国内。

“我们所倡导的品牌金融，将有助于拓宽中

小企业的融资渠道，改善市场主体创新发展的环境。”中国中小企业协会秘书长金德本表示，反过来也将促进企业品牌建设，提升品牌的价值。这也是中国中小企业协会启动“中国品牌潜力榜”品牌评价及品牌金融服务创新试点工作的目的所在。

品牌成长离不开知识产权保护。厉以宁认为：“中小微企业很多事情靠自己办，中国的民营企业从来都是在夹缝中生存，有很多困难，融资难、工资成本上升、税赋重、出口订单减少等，而最大的问题是产权保护不足。”

国家知识产权局专利管理司原司长马维野在论坛上阐述了知识产权的重要性：知识产权是国家发展的战略性资源和国际竞争力的核心要素。加强知识产权金融服务，是知识产权工作服务经济社会创新发展、支撑创新型国家建设的重要手段。

中国中小企业协会会长李子彬表示，为挖掘一批文化创意产业、互联网产业、生态农业、食品深加工等好项目，为投资人创造价值，为创业者提供机遇，鼓励具有自主知识产权的知识创新、技术创新和模式创新，创建知名品牌，带动生产制造，推动形成具有中国特色的中小企业品牌价值评价机制，第三届投融会组委会将在之前工作的基础上，加大对小微企业邀约、筛选、推送的力度，加大对科技型、成长型中小企业的特邀力度，将利用中国中小企业协会的组织优势、渠道优势及专业服务优势启动“百城万家推优计划”，借助投融会“金融产品超市”平台，每年向金融机构输送 1 万家中小企业进行融资对接，三年推广至 100 个城市。

新商标法实施周年 驳回率增高

新《商标法》推行一周年，申请商标的时限、程序大幅缩减，商标权利人的权利得以更好的保护。然而，一些企业反映在申请、维权过程中依然“障碍”重重。近日，商报记者调查了解到，由于新商标法落地过程中存在客观问题，商标申请审查驳回率升高，部分快消品因宣传禁用“驰名商标”字样而遭受损失，导致企业遭遇新商标法时显得有些“不适应”。

昨日，登康相关人士表示，将“驰名商标”体现在包装上对提高品牌知名度有促进作用，但随着新法实施，公司不得不面临修改包装广告的局面。更改包装需要一定时间，但卖场拒绝接收印有“驰名商标”的商品，甚至退回已经上架的商品。同时，在外地商超销售的登康商品也被下架查扣。“若按我们前年 6 亿多元的销售额计算，至少有数百万件、近 2 个月商品销售受到影响，销售额达数千万元。”该人士说。

江北区工商分局副科长马玲称，按国家工商总局的最新通知规定，对于将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，只追究持有人应承担的法律责任。商标违法行为发生在 2014 年 5 月 1 日以前的，适用修改前的《商标法》处理。

这意味着只要在 5 月 1 日前进入流通领域的产品，便享有“豁免权”，不仅经销商或零售商无需担责，厂商也无需回收商品，从而降低其经营成本。

“以前申请注册商标至少要提前 2 年，若遭遇异议，则需要更长时间，现在 1 年时间就能搞定。”长安汽车相关人士称，新商标法明确了对申请注册的商标，商标局应当自收到商标注册申请文件之日起 9~12 个月内审查完毕，大幅缩短了审批时限。

不过，该人士称，注册商标更快捷，可成功率却“打折扣”。往往在某商标类别申请时，一些商家却在其他相关类别提出异议。

类似的遭遇并非个案，永健食品、金科地产等企业也纷纷表示，商标代理反馈的复审信息增多不少，成本相应也提高了。

针对商标申请成功率降低的情况，马玲称，下一步，工商部门将进一步规范商标代理机构，对违反行业规范的代理机构实行惩戒并记入信用档案。一旦发现商标代理机构有任何不诚信、不正当手段时，均可向工商部门或者商标代理行业组织进行投诉和反映，若给当事人造成损失的，还有权依据新《商标法》要求代理组织赔偿。马玲还表示，商标代理机构在代理商标申请注册业务时，应主动告知风险提示。

精英案例

“锂动路华 LI DONG LU HUA 及图商标异议裁定书

路华控股（中国）有限公司（以下称异议人）经过十余年的发展，目前已发展成为集团式经营的综合性企业。其经营范围已经覆盖当今电池、电子、化工、轻工、五金贸易等大型项目，目前在加拿大、香港、中东、以及中国的各大城市拥有 30 家直属、控股、参股等企业，产品覆盖世界各地并拥有八家全资子公司。异议人的关联公司路华科技（深圳）有限公司是一家专业从事生产制造和销售开关电源、适配器、充电器的高科技企业、作为集团的核心产业，公司自 1999 年初成立以来，积极引进国内外先进的高新技术和管理经验。以“开拓创新、求实奉献”为理念，以市场为导向，以人才为根本，并辅以科学的管理手段，成功地在行业中脱颖而出，并独树一帜，享有盛誉。其中 2001 年 11 月成功获得 ISO9001:2000 质量管理体系认证，并于 2004 年荣获“中国深圳行业 10 强企业”的称号。路华科技（深圳）有限公司实力雄厚，总投资 2000 万人民币，拥有总面积达 12000 平方米的厂房和员工宿舍楼，拥有 5200 平安米的无尘车间，员工 1100 余人，其中高素质的工程师 70 余人及经验丰富的管理人员 80 余人，生产的各类开关电源产品，月产能达 90 万套以上。公司有大型的独立制模车间、注塑车间、具备较强的模具制造和产品生产能力，能根据客户要求自行设计和制造各种产品，制造工艺成熟、先进。厂

房配置了完善的生产和检测设备及科学的管理系统、

“路华”商标通过异议人及其多家关联公司的持续使用及推广宣传，已经成为电池、电子、化工、轻工、五金贸易等多个行业内的知名品牌，特别在电池产业的应用上，“路华”已成为电池产品行业的知名品牌。与产品商标紧密联系的企业商号“路华”也在国内行业享有较高的知名度和美誉度，成为行业的领航企业，“路华”已成为行业经营者及消费者心目中的信心保证。2010 年 6 月 24 日山东路华电子设备有限公司（以下称被异议人）对 8419996 号“ROOFER+ 图”商标（以下称被异议商标）提出申请注册。在公告期内，异议人委托精英对被异议商标提出了异议申请。

一、被异议商标与异议人已经在第 9 类上注册的第 1566258 号“路华 +ROOFER+ 图”商标构成相同或类似商品上的近似商标，两者共存易导致相关公众产生混淆和误认，岁还异议人对引证商标享有的注册商标专用权。

（一）被异议商标与引证商标构成近似商标
根据商标局和商评委在 2005 年 12 月颁布的《商标审查及审理标准》上篇第三部分：“商标相同、近似的审查”中关于“文字商标的审查”中规定“商标是在他人在先商标中加上其修饰作用的形容词或副词以及其他在商标中显著性较弱

的文字，所表述的含义基本相同，易使相关公众对商品或者服务的来源产生误认的，判定为近似商标。”

以我国民众的普遍认知来看，中文起到主要的区分商品或服务来源的识别作用，被异议商标的中文部分为“锂动路华”，引证商标的中文部分为“路华”。被异议商标与引证商标指定的商品均是属于0922群组的电池类产品。锂金属作为电池类产品的重要原料，至今在电池生产工业中被广泛应用，同时电池作为现代生活中的动力能源代表，通过内部的反应产生电能，从而产生能量推动机械装置做功。可见，被异议商标含有的“锂动”二字使用扎起电池类商品上显著性较弱，与引证商标相比较，其并没有具备显著区分的识别性特征，且未在引证商标“路华”的基础上形成新的整体含义。被异议商标与引证商标之间符合“商标在他人在先商标中加上其他在商标中显著性较弱的文字，所表述的含义基本相同，易使相关公众对商品的来源产生误认”的情形，被异议商标应当被判定与引证商标构成近似商标。

（二）被异议商标与引证商标使用的商品构成类似商品

被异议商标指定使用的商品项目为“车辆用蓄电池，车辆电力蓄电池，电池瓶，蓄电池箱。电池箱，电池充电器，电池铅板，太阳能电池，蓄电瓶”，引证商标注册的商品项目为“电池，电池充电器，原电池，高压电池，太阳能电池，电池极板，蓄电池，阴极，阴极反腐蚀装置，电池铅板”，两商标的使用商品项目均属于《类似商品和服务类表》规定在0922群组中的商品，商品在功能、用途、所用原料、销售渠道、消费

对象等方面具有一定的共同性，构成类似商品。

二、被异议人曾与异议人发生商事业务往来，被异议商标属于抢先注册他人已经使用并有一定影响商标的恶意行为，违反了《商标法》第三十一条的规定，被异议人企图借助异议人的商标品牌知名度打开市场，实施不正当的“搭便车”市场竞争行为，应当被予以禁止，因此应当考虑被异议人恶意注册商标的行为性质，保护异议人的商标权益以及广大消费者的信赖利益，撤销对被异议商标的初审公告，不予核准注册。

根据《商标法》第三十一条规定：“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。”根据商标局和商评委在2005年12月颁布的《商标审查及审理标准》下篇第四部分“抢注他人已经使用并有一定影响商标的审理标准”的规定了四个适用要件：“（1）他人商标在系争商标申请日之前已经使用并有一定影响；（2）系争商标与他人商标相同或者近似；（系争商标所使用的商品/服务与他人商标所使用的商品/服务原则上相同或者类似；（3）系争商标申请人具有恶意。”

引证商标在被异议商标申请日前已经通过异议人长期的持续使用和广泛的宣传推广，成为行业内具有一定影响力的品牌，被异议商标与引证商标构成类似商品上的近似商标。同时，被异议人与异议人曾有贸易往来，被异议人在商业活动中获知异议人享有注册商标专用权的引证商标后，企图通过摹仿异议人的引证商标并恶意提出注册申请，意图使相关公众产生混淆和误认，谋取不正当利益。被异议人曾在第7类上注册与引证商标英文及图形部分相同的“ROOFER+图

形”商标，明显可见被异议人多次试图摹仿异议人所有的商标并提出注册申请，抢注恶意明显，被异议商标的申请注册行为违反了《商标法》第三十一条的法律规定，因此应当考虑被异议人恶意抢注商标的行为性质，保护异议人的商标权益以及广大消费者的信赖利益，撤销对被异议商标的初审公告，不予核准注册。

经过我方的努力，2015年4月7日，国家工商行政管理总局商标局经审查，被异议商标“锂动路华 LI DONG LU HUA 及图”指定使用于第

9类“车辆用蓄电池”等商品上，异议人引证在先注册的1566258号“路华 ROOFER”商标指定使用商品亦为第9类“电池”等。被异议商标中文部分整体包含异议人引证商标，且双方商标在呼叫、含义等方面区别不明显，已构成使用在类似商品上的近似商标，被异议商标如予核准注册易造成消费者的混淆误认。依据《商标法》第三十条、第三十五条规定，最终决定第9748664号“锂动路华 LI DONG LU HUA 及图”商标不予注册。

“花好月圆”商标异议复审裁定书

华班月饼起源于1890年华南商人许氏，字华班，于香港古寺，靠制饼谋生，以精湛的技术，不断努力揣摩，日夜操搓细面改良配方，不断创新改革出新口味，因其工艺独特，香纯可口，品种丰富。历经百年风雨，盛誉港九，誉为制饼世家。许氏后人以其名字注册【华班】品牌并传承许氏的独特工艺，积极改良发扬，推出精美可口的华班月饼。2005年公司斥资千万元在中国最早的改革开放城市深圳经济特区宝安大洋田工业区成立了深圳市多多实业有限公司（以下称被申请人）。公司按照GMP标准建成一座管理先进、设施一流的大型现代化食品厂。“花好月圆”（以下称被异议商标）品牌是其华班月饼的子品牌。

被申请人是一家集研发、生产、销售为一体的食品公司。公司聚集了业内众多销售精英以及几十名深怀才艺的华班月饼师傅，组成企业的生产骨干。公司本着厚道做人，地道做事，成人达己，团结奋斗，勇于开拓，致力于为中国民族品


牌的发展事业走向世界而奋斗。公司本着健康美味，精制放心，正宗的宗旨，挖掘传统食品技术。公司在月饼项目的生产设备上，引进了红外烘烤炉，中国最具先进水平的生产线，月饼从入炉、冷却、到脱盘、烤盘回盘、放饼、放吸氧片和包装，整个流程协调一致，实现了数字化，智能化管理，大大减少了生产过程中月饼盒人工的直接接触，减少了产品的受污染率，同时在很大程度上减少了人工成本，整个车间全部进行空气净化处理，达到1万级的等级标准。

被申请人从德国引进海藻糖制造技术工艺，采用了美国进口的海藻糖原料和湖南湘莲，制造出特级低甜莲蓉。同时采用了顶级蛋黄和特浓花生油纯手工制成的海藻糖双黄白莲蓉月饼。月饼除了糖和油外，100%莲子，口感清纯柔和，不甜不腻！是中秋佳节送礼、赏月的最佳选择。被申请人的华班月饼知名度高，其“花好月圆”子品牌月饼一直有生产销售，并且被相关公众所

熟识。同时，被申请人特别注重对其“花好月圆”商标的保护，在其销售发票中明确写明月饼等产品的品牌为“花好月圆”因此可以看出发票的开具时间为 2010、2011、2013 年，说明被申请人自 2010 年以来就一直使用“花好月圆”商标。

“好利来花好月圆”商标（以下称引证商标）是由北京好利来企业投资管理有限公司（以下称申请人）于 2012 年 7 月 12 日申请注册，商标局于 2013 年 12 月核准注册，核定使用在第 30 类月饼、谷类制品等商品上，现为有效注册商标。被申请人委托精英对被异议商标进行了答辩。


一、被申请人的被异议商标“花好月圆”申请日为 2009 年 11 月 30 日，远远早于申请人的引证商标“好利来花好月圆”申请日 2012 年 6 月 20 日，且申请人提供的证据完全不能体现引证商标具有在先使用事实。故申请人称被异议商标侵犯其在先商标权的前提根本不存在，被异议商标不是恶意抢注。

被异议商标“”申请日为 2009 年 11 月 30 日，且根据以下证据三被申请人提供的“花好月圆”部分销售发票开票时间及内容来看，被申请人自 2010 年以来就将“花好月圆”商标使用在销售发票上，存在实际使用事实。这都证明被异议商标的使用及申请都明显早于申请人引证商标“好利来花好月圆”申请日 2012 年。

同时，申请人提供的网上打印的以“好利来花好月圆”为关键词搜索的百度网页，网页上的信息条显示时间为 2013、2014 年，且因当今网络发展之快，网络虚拟性明显，该网页上信息条的真实性无法确定，无法证明其引证商标早于被异议商标的在先使用并在“月饼”等商品上具有一定知名度，且申请人再没有提供其他使用证据

相互佐证，无法证实其异议理由。商标局在其（2013）商标异字第 31968 号“花好月圆”商标异议裁定书中也以申请人证据不足为由而不予支持。故被异议商标的申请注册根本不可能侵犯申请人的在先商标权，更谈不上恶意摹仿、抢注。相反，申请人注册与被异议商标高度近似的引证商标，属于恶意抢注，侵犯了被申请人的在先权利。

二、被异议商标的申请注册没有违反《商标法》第 10、11 条规定，依法应予以核准注册。

被异议商标“”的申请注册根本不可能对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响，其实际使用不会产生任何不良影响，根本没有违反我国《商标法》第 10 条“不得作为商标使用”的规定。

被异议商标申请注册在第 30 类“月饼、糕点”等商品上，具有显著识别性。因“花好月圆”含义为“花儿正盛开，月亮正圆满。比喻美好圆满。”寓意美好圆满，申请使用在中秋月圆时人们吃月饼、糕点等食品上，映照了中国的传统习俗，因“花好月圆”成语结构固定、朗朗上口、含义丰富、指向性明确等特点，正好与被申请人企业商标品牌及月饼、糕点等产品的推广要求吻合，具有很强的可识别性和显著性。故被申请人申请注册被异议商标“花好月圆”并使用在其生产的“月饼、糕点”等商品上，具有很强的识别性。故被异议商标申请注册没有违反我国《商标法》第 11 条“不得作为商标注册”的规定。

经过我方的努力，商评委作出了商评字【2015】第 0000029382 号裁定被异议商标予以核准注册，由国家工商行政管理总局商标评审委员会移交商标局办理相关事宜。

“CWATCH” 商标驳回复审决定案

宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司（以下简称申请人）创立于1993年4月，系中国无线科技有限公司（香港主板上市公司，股票代码2369）的全资附属子公司，是中国专业的智能手机终端、移动数据平台系统、增值业务运营一体化解决方案提供商，专注于以智能手机为核心的无线数据一体化解决方案，并致力发展成为全球无线数据一体化终端的领导者。宇龙通信自有品牌“酷派”（Coolpad）手机是公司的主要产品。宇龙通信是国家级重点软件企业、深圳市政府认定的高新科技技术企业，并具备计算机信息系统集成一级资质，先后荣获中国优秀民营企业、亚太区500强高科技企业、中国高科技企业50强、中国高科技高成长50强、2007年获深圳市十大“知识产权优势企业”、福田区纳税百强企业、深圳创新百强企业等称号。

申请人因第13164460号“CWATCH”商标（以下简称申请商标）不服商标局的驳回决定，委托精英向国家工商行政管理总局商标评审委员会申请复审。

申请商标与引证商标含义、整体外观区别明显，相关公众施以普通注意即可将两者区分开来，不会造成相关公众的混淆与误认，申请商标与引证商标不构成类似商品上的近似商标，申请商标应当予以初审公告。

申请商标与引证商标样稿如下：

cwatch

（申请商标）

CATCH
菲丽时

（引证商标）

《商标审查及审理标准》关于文字商标审查第5条规定：外文商标由四个或者四个以上字母构成，仅个别字母不同，整体无含义或者含义无明显区别，易使相关公众对商品或者服务的来源产生误认的，判定为近似商标。但首字母发音及字形明显不同，或者整体含义不同，使商标整体区别，不易使相关公众对商品或者服务的来源产生误认的除外。

首先，在商标含义方面，申请商标英文“CWATCH”是一个臆造词，没有任何含义，而引证商标的英文“CATCH”是一个常用的英文单词，含义为“赶上、抓住”，因此两商标含义明显不同。

其次，在整体外观方面，申请商标仅由英文“CWATCH”构成，而引证商标是由英文“CATCH”和中文“菲丽时”上下组合而成，其中中文“菲丽时”所占比重较大，且根据中国相关公众对中文的认读习惯偏好，相关公众在认读引证商标时，其中文“菲丽时”是作为主要识别部分，引证商标的显著性显然为中文“菲丽时”，由此导致两商标在整体外观方面区别明显。

综上所述，由于申请商标与引证商标在含义、整体外观方面区别明显，不易使相关公众对商品的来源产生混淆与误认，根据审查标准，两商标不构成近似商标，申请商标应当予以核准注册。

据此，2015年5月13日，商评委作出了商评字【2015】第0000034571号决定，决定申请商标予以初步审定，由商评委移交商标局办理相关事宜。

精英点评

认定知名商品特有包装、装潢的基本要件

——就“可口营养八宝”商标侵权及不正当竞争案件的点评

■ 案件事实

原告可口食品罐头实业（深圳）有限公司成立于1988年，主要从事可口营养八宝粥罐头的生产经营，经过20多年的发展，其生产的可口营养八宝粥在广东、海南等地为相关公众所熟知，已经成为知名商品。被告深圳某商贸有限公司与海南某食品有限公司产品包装、装潢与原告产品包装、装潢视觉效果差异极小，构成了擅自使用原告知名商品特有名称、包装、装潢的不正当竞争行为。该案经深圳市中级人民法院一审审结，认定原告的“可口营养八宝”商品为知名商品，其八宝粥产品包装、装潢属于知名商品特有包装装潢。

■ 点评 精英知识产权法律部 黄晓翰总监
高级知识产权顾问

《反不正当竞争法》第五条规定：“经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：……（二）擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；”

知名商品特有的包装和装潢一旦具备了识别商品来源的功能且构成了商业标识，在没有获得注册商标保护的情况下，他人擅自作相同或者近似使用，足以引起相关公众混淆误认的，可以认定为构成不正当竞争。知名商品特有的名称、包

装和装潢之所以受《反不正当竞争法》保护，是因为他们具有了识别商品来源的作用，成为商业标识。如果不加以保护，既不利于维护使用人正当竞争取得的市场成果，也不利于防止市场混淆和保护消费者。

在实践中，认定构成该种不正当竞争行为的关键是如何认定知名商品特有的包装装潢以作为权利保护的载体。笔者认为，认定知名商品特有的包装装潢须具备以下条件：

（一）商品在一定范围内达到知名程度

《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定》第4条第1款规定：商品名称、包装、装潢被他人擅自作相同或者近似使用，足以造成购买者误认的，该商品即可认定为知名商品。该规定操作性强，但是对知名度的认定较为简单和随意，在实践中会产生截然相反的认定结果。为此，最高人民法院《关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第一条明确规定：在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉的商品，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“知名商品”，并且明确：人民法院认定知名商品，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行任何宣传的持续时间、程度和地域范围，作为知名商品受保护的情况等因素，

进行综合判断。而中华人民共和国最高人民法院作出的(2013)民申字第371号民事裁定书认为:认定知名商品是为了保护具有区别商品来源意义的商品特有名称、包装和装潢服务的,只要其在相关公众中具有一定的知名度即可,并不要求为相关公众广为知晓。

最高人民法院认为只要在一定区域内具备知名度,即可认定为某一区域的知名商品,并不要求全国知名。假定是在全国范围内知名或者在全国的大多数地区知名,那就无须通过《反不正当竞争法》进行保护,该情况下的商业标识,或许用“驰名商标”加以保护更为妥当。

在本案中,原告的“可口营养八宝粥”产品早在1992年8月份,就已经销售1634万罐,实现销售收入3918万元,利润达550万元。此后,原告仅保留在广东、海南地区销售“可口营养八宝粥”产品的权利,将其余部分地区的生产销售权利转移给其他企业经营,但是在原告仅保留广东、海南销售权利的情况下,2010年-2012年期间,原告每年生产销售“可口营养八宝粥”产品的销售收入仍然分别达到了576万元、455万元、508万元。由此可知,原告的“可口营养八宝粥”产品持续保持较高的销售额,产品销售量大。“可口营养八宝粥”产品在广东、海南地区长达20年的持续销售,是该商品在广东、海南具有一定知名度的有力证明。同时该商品早在1993年被深圳食品工业协会认定为“1993年深圳与内地名、特、优、新食品展销会金奖”,足以证明可口营养八宝粥商品在广东、海口具有一定的知名度,理应判定为广东、海南地区的知名商品。

(二) 商品包装、装潢为特有

《反不正当竞争法》第5条规定的“知名商

品特有的包装装潢”中的“特有”,“乃是立足于区别性意义,而不是立足于归属意义。所谓区别性意义,是指该商品名称、包装和装潢具有可以与其他商品标识区别开来的显著特征,即与众不同,不具有通用性,可以标识特定商品的来源。没有区别性特征的标识是通用标识,不允许任何人专有专用。”(孔祥俊《商标与不正当竞争法一原理和判例》),我们可以这样理解:知名商品特有的包装装潢并非可以通过具体的法律条文加以明确,而是通过包装装潢事实上的显著性予以体现,这是常规意义上的“特有”,也即“直接特有”。而商品的通用名称、图形、型号,仅仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的商品名称等其他缺乏显著性的包装、装潢等一般不认定为商品特有包装装潢的,如经过使用获得显著性特征,可以认定为特有的包装装潢,次则为特殊意义上的“特有”,也即“间接特有”。

在本案中,原告提交的广州市中级人民法院民事判决书、罐头瓶贴外观专利资料、深圳市科学技术局出具的科学技术成果视同鉴定证书等证据可以证明:原告成立于1988年,主要从事八宝粥罐头的生产经营,1991年5月,原告开始对“可口营养八宝”进行试产销,最初试产销的八宝粥瓶贴原始图案为:瓶贴以红色内底色,金黄色作边带,使用状态为正反面及中间呈三个半拱形图案,瓶贴的正面上部分使用大号黄色“可口”、白色“营养八宝”隶书字体中文名称,背面上部分使用大号黄色英文字母“KEKO”,正面及背面下部分均为白色瓷碗,碗内承装八宝粥,侧面上部分是一个金黄色竖着大拇指的拳头图案。该瓶贴经过多次修改,虽然与2005年最终形成的可口营养八宝粥瓶贴在细节上存在部分差

异，但是在整体排列架构、红色金黄色组合、文字“可口”及“KEKO”等主要元素完全一致，视觉效果基本一致，属于同源作品。该作品的颜色组合、图片选择、字体设计、排列布置等均体现出较高的特色，同时鉴于该作品作为商品包装、装潢已经经过长期的使用，为消费者广泛认可、接受。该作品包装、装潢与“可口营养八宝粥”这一知名商品形成密切联系，已经成为该商品的代表与象征，是原告用于区分和识别商品来源的标识，也是一般社会公众据以判断和识别商品来源的依据，具备“特有性”。

（三）商品包装、装潢已投入市场使用

使用是任何商业标识的灵魂和核心所在，法律绝不保护躺在权利上睡觉的商业标识。不使用的商业标识也无法获得市场认知，更无法获得知名度。商品特有包装装潢的最终归属取决于是否先使用，此不同于“商标标识”，商标的归属通常取决于是否在先申请注册，因为现有法律并未将知名商品特有包装装潢明确为一项具体的权利，因此也无法通过授权确权的行政方式取得。国家工商行政管理局《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定》第4条第2款规定：特有的商品名称、包装、装潢应当依照使用在先的原则予以认定。将使用在先规定为认定特有性的原则。

可以这么说，特有性的实质认定标准是仍取决于识别性以及区别性，也即通过意义上的显著性，这是特有性的本质之所在。“使用在先只是确定是否具有特有性的外在标准之一。对于具有固有显著性或者区别性的商业标识而言，使用在先往往是认定特有性的基本外在因素。保护在先权利原则是知识产权法律的基本原则，也是诚实信用这一民事法律的帝王条款在知识产权保护中

的体现”（欧丽华《“开口笑”诉“笑口常开”不正当竞争案评析》。对于显著性较强的商业标识，后使用者通过大规模的使用且知名度远高于先使用者，那么，不管他的影响力有多大，法律都不应该给予保护，否则，法律所保护的就不再是合法民事权益，而是在保护弱肉强食的丛林法则。因此，谁先使用本身具有显著性的商品包装装潢，往往是判定是否存在不正当竞争的关键

在本案中，原告提交的检验报告、销售发票足以证明，原告的可口营养八宝粥自1991年5月开始试产销以来，直至2014年的20多年期间，一直在广东、海口等地区持续生产、销售可口营养八宝粥，20多年的持续销售足以改变当地消费者的消费习惯，足以形成了一群稳固的消费群体，为广东、海南等地相关公众所熟知。原告提交广州中级人民法院判决书、深圳市科学技术局出具的鉴定意见书、检验报告、销售发票等证据足以证明原告的可口营养八宝粥商品销售的范围涉及广东、海南等区域，且时间持续长达20多年，根据八宝粥为即食使用商品及广东深圳、海南海口喜食粥的生活饮食习惯特点，在广东、海南等区域长期销售的食用商品，极易为普通消费者所认可，并逐渐融入到当地人民的生活饮食习惯中，成为当地的地方特色饮食。

由此可见，认定知名商品是一个综合判断的过程，需要考量各种因素，而每种因素在具体案件中的作用取决于个案情况。如果一种因素足以证明该商品的知名度，则可以根据该因素认定该商品构成知名商品，无需对所有因素均进行一一考量。

精英研究

审查意见答复中关于文件修改问题的思考

文——精英知识产权集团专利部 王锸 高级知识产权顾问

审查意见是代理人及申请人经常遇到的问题，在答复审查意见时，申请文件的修改与否或者修改是否合适，直接关系到申请人的利益，甚至导致专利申请被驳回。

专利法实施细则第五十三条中规定应予驳回情形的事实、理由和证据通知申请人，并给申请人至少一次陈述意见和/或修改申请文件的机会。下面就一通后出现的各种情形分别进行叙述：

一通后不能驳回的情景：1、一通只评述了部分权利要求，申请人修改后将没有评述过的从属权利要求上升为独立权利要求；2、一通中虽评述了所有权利要求，但修改后申请人将说明书的内容补入权利要求书中；3、申请人对审查员认定的公知常识提出质疑，且需要审查员举证来证明评述的技术内容属于公知常识。

一通若指出全部权利要求无创造性，在答复一通时，若不从说明书中提出一些技术特征补充进权利要求1中，很多人会担心答复完一通后，会直接收到驳回。但从实际操作来看，一通不做修改只进行意见陈述的情况下，也很有可能不被驳回，再发二通，直指创造性。但是这样做的一个前提是对自己的发明点有信心。如果没有信心的情况下，还是最好从说明书中提出一些特征放到权利要求中去。

对于一些审查员选取的对比文件明显不具有说服力，且对自己的发明点有信心的情况下，还是可以尝试着不做修改，仅仅进行充分的说理。

而对于一通全部权利要求无创造性，经过一通答复修改、二通答复修改后，坚持指出创造性缺陷的情况，有可能直接驳回。通常而言，基于同样的对比文件，关于创造性的问题，已经给了两次机会进行修改，若还不能克服，则可以直接驳回。这是出于行政效率的考虑。其实，这样做，也兼顾了公平的原则。

上述情况给我们的启示是，若审查员在二通没有进行补充检索，依然是以一通的对比文件在评价修改答复一通的修改文件，这时候，我们就得注意了，要把说明书中比较有分量的技术特征尽可能的提出来补充进去，不要有所保留；否则，答复二通之后，真的有可能直接驳回了。但是，审查实践是非常个案的，不同的审查员，不同的代理人，都会使案子的命运有不同的结局，关于驳回时机，只要审查员不明显违背法律、细则以及指南的等相关规定，驳回的时机也不是那么固定的。

（声明：本资讯信息仅限于内部交流学习之用，仅供参考。虽然我们已尽力确保其准确性，但本资讯涉及的内容不能视为正式的法律建议或意见。在没有核实具体的法律事实，获得专业法律意见之前，本资讯的读者不应将本资讯的任何信息作为采取法律行动或不行动的依据。

本资讯所有论文和新闻资料均由精英知识产权独立撰稿和汇编，精英知识产权对其享有和保留其著作权，未经许可请勿转载。）