

许可备案，可以通过官方网站的电子申请途径，也可以面交或委托代理机构办理。

二、风险评议与情报

（一）如何了解竞品的业务方向

随着行业竞争越来越激烈，为了获取竞争优势，企业不仅要保持自身创新发展，还要时刻关注竞品市场和技术。了解竞品的业务方向，既有助于企业通过对比分析了解各方技术优劣势，帮助其作出最优选择，也有利于企业把握行业发展趋势，抢占技术制高点。

企业要获取竞品的技术和研发方向，开展如下工作会有所帮助：

- ① 关注最新发布的竞品宣传信息，例如通过行业会议或者新品发布会了解。
- ② 购买竞品，通过产品分析竞品的技术和研发方向。
- ③ 检索专业数据库，最好由专业的技术人员或者熟悉该领域技术的知识产权从业者检索。从事的行业不同在选择数据库时侧重点也不同。例如，互联网行业可以检索行业内的产品论坛，通信行业可检索通信标准、专利数据库。

建议有条件的企业可以建立知识产权信息定期跟踪机制，从竞争对手企业以及技术领域等角度切入进行检索，提取竞品的关

键技术点，从其申请的系列专利总结出其技术发展路线并预判其未来研究方向；通过多个竞品的技术跟踪，研判行业技术密集区和技术空白区等。

此外，对公开的商标公告和著作权信息的关注还有助于了解竞争对手拟拓展的业务方向。例如，竞争对手新注册了某个类别的商标，可能表明竞争对手拟拓展业务到新的领域；从竞争对手新登记的软件著作权也可以看出拟上市的新品或研发方向。

（二）如何及时发现自己的品牌或技术被他人使用

随着逐步发展，企业会逐渐积累自己的优势技术，品牌价值也会升高。如果技术被他人使用，品牌被他人模仿或冒用，势必会对企业的核心竞争力造成不利影响，放任不管只会削减企业的市场份额。因此，企业自身应该建立常规信息跟踪机制。

① 明确企业潜在的合作伙伴和竞争对手作为信息跟踪对象。

② 从商标公告和专利公开信息了解掌握竞争对手已经使用或拟使用的最新技术和品牌信息，必要的时候及时对商标提起异议或无效宣告请求，对专利提出公众意见或无效宣告请求。

③ 对竞争对手的产品定期跟踪，关注各大电商平台及线下销售渠道的产品销售信息与广告宣传，必要的时候购买竞品，以进一步了解产品细节，评估侵权风险与可能被侵权的专利。如存在较大的侵权风险，应该公证购买，并完整保存相关侵权证据，随时根据市场需要做好维权准备。

④ 企业还可以利用上下游渠道获知更多的潜在侵权信息，如供货商、生产商、销售商可能还会有其他的合作伙伴，通过这些渠道能更多地了解行业的信息，可以辅助企业从该渠道全面地获取信息。

（三）知识产权风险评议要点

企业在国内销售新产品或将已有产品销往其他国家（地区）时，可能存在侵犯第三人知识产权的风险。如果被起诉，往往会面临高额赔偿，甚至还会收到禁令，产品被禁止继续销售。这将会给企业造成重大影响，使得企业前期的研发和生产制造成本投入无法及时收回，也会对企业声誉造成不良影响。因此，在立项研发和生产制造的同时，至少在产品销售前，企业就应该及早做好预防和规避有可能产生的侵权风险。具体而言，企业可主要从以下方面开展知识产权风险评议：

① 项目立项前进行风险分析，包括竞争对手产品现状、专利现状、商品名称、型号和标识（Logo）设计等，根据风险分析结果调整并确定立项方向，降低立项项目侵犯第三人知识产权的风险。

② 在产品发布、上市、参展之前，完成专利申请的递交、商标的注册申请、软件著作权的登记，以确保产品发布或上市不会造成在先公开而导致技术成果无法再进行专利申请，或商标被抢注。

③ 在产品发布、上市、参展之前，对产品以及所涉及的核心

技术进行专利自由实施（freedom to operate, FTO）分析。值得注意的是，由于知识产权具有地域性，如果是在海外市场上市或参展，需要针对产品拟上市或参展的国家（地区）进行针对性分析。此外，需要对产品发布或宣传过程中的商标、图片、字体等全面筛查侵权风险。

④ 定期对产品所涉及的知识产权状况进行全面梳理和分析，制订知识产权保护和风险规避方案等，对有侵权风险的产品进行规避和改进，针对改进的技术方案可进一步用专利保护。

（四）企业“走出去”的知识产权风险防控要点

随着越来越多的国内企业逐步将市场扩展到海外，企业“走出去”中遇到的海外知识产权纠纷也越来越多，特别是一些国家（地区）的知识产权保护措施比较严格，如美国、德国等，频频发起“337 调查”或执行各种严厉的知识产权惩罚措施，防范和有效化解海外知识产权风险成为国内企业进军海外市场面临的迫切问题。

企业在进入海外市场（包括销售和展会）前，应充分了解拟进入国家（地区）的知识产权环境，包括：法律法规、救济途径、保护力度等。企业可从以下五个方面做好风控准备。

① 提前进行知识产权布局。知识产权审批获利需要一定的时间，企业应提早在拟开展业务的国家（地区）进行知识产权布局，尤其是知识产权保护严格的国家（地区）以及自身与竞争对手产品和市场所在国家（地区）。针对产品的外观、结构以及核心技术

做好专利布局；针对名称、标识做好商标布局，避免知名度提高后被他人抢注；针对国外官网拟用的域名提前注册。

② 充分做好海外知识产权风险防范。在进入海外市场之前对产品进行FTO风险排查。定期对竞争对手的海外专利资产、高风险专利等内容进行排查，对海外NPE在该行业的活跃程度进行调查，做好风险评估，必要的时候进行规避设计。对产品、包装、宣传资料、企业海外网站的信息进行核查，排查是否有违法违规使用商标、著作权的行为。如果在进入海外市场前收到警告函，应予以高度重视，确认是否存在实质性侵权风险。如确有风险，应积极与对方开展谈判，尽量避免走到诉讼程序或收到禁令。

③ 关注技术出口管制问题。针对某些特定领域的技术出口到境外的情况，要注意严格执行我国及技术出口目标国家（地区）的进出口管制法律法规，有时还会涉及一些国家（地区）的出口管制条例，应核查相关技术是否属于限制出口技术的范畴，同时还应关注管制清单不定期的调整变化。对外转让我国明确限制出口的技术时，涉及知识产权的应按程序报批审查。

④ 关注海关风险。在产品进出口环节，如果存在知识产权侵权行为，国家（地区）海关可能对产品进行查扣。建议企业应高度重视知识产权，避免侵权行为的发生。同时，可以定期关注竞争对手的知识产权海关备案情况，尤其是对于侵权判断较为简单的外观设计专利及商标的备案情况。对于发明专利，侵权判断需要较专业的知识，通常权利人会向海关举报和申请，并向海关提

交货物等值保证金。如果认为未侵犯专利权，被扣的货主可以向海关提供反担保金，尽量争取海关的放行。

⑤ 平行出口问题。因市场营销策略的需要，商标权人出售给海外经销商或者海外被许可使用商标的生产企业生产的商品价格可能与国内市场有差异，国内经销商的产品平行出口后，可能会对商标权人的海外市场造成一定冲击。建议建立产品侵权及平行出口情况监测机制，在不明出口公司出口货物的情况下，通过产品序列号以及防伪溯源的方式对货物进行排查，必要时可借助海关的措施对市场行为进行规范化管理。

此外，对于企业通过自身提前较难防范的相关风险，还可以考虑商业联纵，通过寻找能解决知识产权风险的代理商、渠道商、技术合作伙伴来规避相关风险。近年来，国家知识产权局联合中国国际贸易促进委员会共同设立了国家海外知识产权纠纷应对指导中心，截至2021年底在北京、上海、广东、江苏、浙江等多地设立22个地方分中心；建成海外知识产权信息服务平台“智南针网”（www.worldip.cn），为企业提供海外知识产权风险预警和纠纷应对指导等服务。企业可对公共服务资源加以充分利用。

三、争议解决

（一）收到与图片字库等版权相关的律师函

企业可能会收到《字体使用提示函》《图片使用提示函》《商