

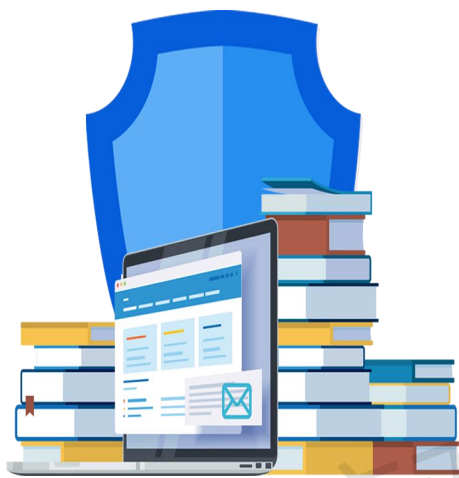
中国企业海外参展知识产权纠纷维权及应对



海外知识产权纠纷应对指导专家 冯瀚



2025年6月24日



在海外展会这一特殊的商业交流平台上，知识产权侵权风险呈现出多样化的态势，每种风险都有其独特的形成机制和潜在危害。

因此，了解海外展会知识产权的核心类型、风险排查和应对显得十分必要。

1

海外展会知识产权风险的核心类型解析

2

全流程知识产权风险排查体系构建

3

多层级风险应对策略的协同实施

1

海外展会知识产权风险的核心类型解析

- ⊕ 专利权（发明、实用新型、外观设计）风险
- ⊕ 商标权侵权风险
- ⊕ 著作权侵权风险
- ⊕ 侵害商业秘密及不正当竞争的行为

专利权的表现形式：发明、实用新型、外观设计。

实用新型和外观设计由于容易被模仿、抄袭，是专利权纠纷案件中的多发领域。

企业在海外参展所面临的专利权风险，主要有以下几种形式：

- 1、未经专利权人许可，使用其专利
- 2、未经专利权人许可进而许诺销售专利产品
- 3、一些特别注意的侵权行为风险



1、未经专利权人许可，使用其专利

在海外展会中的侵权行为：（1）直接侵权：海外参展的参展商未经他人许可，自己制造涉及他人专利的产品；（2）间接侵权：去海外展会参展的企业在展会上向参观者展出、演示的产品中涉及未经许可而制造并售出的专利产品。（注：部分国家法院将演示、展出等行为，定性为“许诺销售”）



2、未经专利权人许可进而许诺销售专利产品

“许诺销售”是指以广告、在商店橱窗、货架中陈列或在展会上展出、陈列等方式作出销售商品的明确意思表示。很多公司尤其是加工类企业，在未获得专利权人明确授权的情况下，在进行实际投资或投产前，为了获得订单，往往通过公司网站、展会等途径宣传自己能够生产或提供某些涉及发明、实用新型及外观设计专利的产品。



3、一些特别注意的侵权行为风险

行为一：在全球化的大背景下，不是各个国家都以发明、实用新型、外观设计这三种名称作为专利权的对象，有的国际条约中称为工业知识产权，有的国家不存在实用新型专利。

行为二：专利权虽然具有地域性，但每个国家的规定又有不同，以德国为例，无论何种形式的广告，即使在德国地域之外发布已在该国注册登记知识产权的产品广告，也面临侵害知识产权的风险。

企业在参展前若未充分地研究当地专利分类细则和一些特别的法律规定，可能在宣传资料中无意披露的技术参数会引发间接侵权风险，导致在不知情的情况下陷入专利权侵权风险。



商标在各个国家的法律和国际条约中，具有不同的定义，但对商标的实质的理解具有公认性，即**商标的目的在于标识商品和服务的来源。商标权受到地域的限制，在中国注册的商标只在中国受保护，在境外参展国未经注册，则不受保护。**



商标的侵权风险面临着多种多样的形式，大致可以分为两类：

- (1) 由不同的商标法律法规及文化背景导致的侵权风险；
- (2) 由参展商的具体行为导致的商标权侵权风险。

具体表现为：

1

在中国构成通用名称或商品名，在外国却是注册商标

2

颜色商标侵权

3

商标在海外被抢注

4

参展商具体行为导致的风险

参展商具体行为导致的风险



1. 包括在同一种商品上使用与他人已注册商标相同或近似的商标，和在类似商品上使用与他人注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的行为。

未经许可使用他人已注册商标

2. 无论销售者对所销售的商品侵犯商标权是否清楚，都属于侵权行为，但销售者能够证明，销售的商品为合法取得，且其对相关商品侵犯注册商标专用权并不知情，则不承担赔偿责任。

销售侵犯商标权商品的行为

3. 伪造、擅自制造他人注册商标标识，以及销售伪造、擅自制造的商标标识的行为均侵害商标权。

伪造销售商标标识

4. 将商品上的注册商标更换成自己的注册商标，并投入市场进行销售的行为侵害商标权。

在他人商品上使用自己的商标

5. 复制、模仿、翻译他人注册的驰名商标或其主要部分在不同或者不相类似的商品上作为商标使用，使普通消费者产生误认，致使该驰名商标注册人的权益受到损害的行为。

傍名牌的行为

6. 商标的许可具有期限性，对于很多贴牌企业，如果超过了商标许可的使用期限，仍然进行使用有可能面临商标侵权的法律风险。

被他人许可使用的商标超过许可期限仍使用

7. 参展企业往往会进行一些商品的搭赠，如果这些商品侵犯他人商标权，则有可能进而导致参展企业自己面临侵犯商标权的风险。

搭赠的商品侵犯他人的商标权

8. 一些参展商选择突出自己的商号，可能面临侵害他人商标权的行为。

不当使用行为导致的侵权风险

著作权侵权风险



著作权，有的法系语境下称之为版权。著作权侵权风险贯穿展前筹备与展期执行的全过程。

海外展会涉及到的著作权侵权风险主要有：

（一）展台设计侵权

展台具有识别商家，吸引观众等作用，经典优秀的原创展台设计作品缺乏的情况下，部分参展商或设计公司选择模仿、拷贝他人的展台设计。

（二）广告手册侵权

很多国内设计公司并不具有国际化服务的能力，盲目地设计广告手册，不能有效评估海外知识产权情况，进而导致侵权。

（三）现场宣传行为导致的侵权

现场的宣传标语、图片、产品说明、演示用的软件或背景音乐均有侵犯他人著作权的风险。

（四）产品著作权侵权

未经许可直接使用著作权人的作品或未经许可对著作权人的作品进行修改、汇编、翻译等侵权行为。

商业秘密是指不为公众所知悉，具有商业价值并经权利人采取相应保护秘密措施的技术信息、经营信息等商业信息。通过不正当的手段获取商业秘密或非法披露使用以及允许他人使用非法手段获得的他人商业秘密均构成侵害商业秘密的行为。

传统的不正当行为主要包含**商标假冒**和**商标虚假标示**行为：

- (1) 假冒他人注册商标、使用与知名商标相同或相似的特有名称、包装、装潢；
- (2) 虚假标示相关认证、标志产地等容易让他人对商品质量产生误解的行为。

过度的虚假宣传和商业诽谤，成为不正当竞争的两个重要表现。

2

PART TWO

全流程知识产权风险 排查体系构建

- ⊕ 展前立体化风险筛查机制
- ⊕ 展中动态化风险监控策略
- ⊕ 展后回溯性风险评估体系

展前立体化风险筛查机制



1. 企业自身知识产权家底盘点

- a. 整理参展产品在目标市场已获授权的专利、商标、著作权清单，并准备好权属证明文件；
- b. 预存在先使用证据，如产品研发记录、海外销售合同等。

2. 展会所在国的政治和法律环境

- a. 考量政治环境；
- b. 深入了解展会所在国知产立法、执法程序、典型判例和举证要求；
- c. 了解展会主办方的知产政策，明确投诉受理流程、临时措施期限及参展商合规义务；
- d. 了解遭遇投诉时的应对程序。

3. 展品知识产权合规性核查

- a. 在技术层面，利用专利数据库进行全面检索，
- b. 在标识层面，委托当地代理机构进行商标查重，核查自有商标在当地的注册状态；
- c. 在内容层面，审查展台设计、宣传视频、软件使用的著作权权属。

4. 侵权评估材料和权利证明材料

- a. 评估侵权风险并做好应对措施；
- b. 遇到不确定的事项，寻求专业机构帮助评估；
- c. 排除潜在侵权风险项目；
- d. 核对授权期限和地区，
- e. 提前准备好相应的权利证明文件以及其他材料
- f. 海外展会，事先做好翻译、公证、认证手续。

5. 其他可能的有益措施

- a. 建立一个高质量的知识产权团队，尤其是危机处理团队；
- b. 及时注册产品的知识产权，及时进行海关备案；
- c. 保护函、联合参展、购买商业保险、及时通过网络了解主办方信息等措施。

展中动态化风险监控策略

竞品知识产权风险扫描

展中动态化风险监控策略

01

通过展会现场巡查和行业数据库监测，企业收集竞争对手展品的知识产权信息，包括专利号、商标标识等，了解对手的知识产权布局，评估其是否侵犯己方知识产权；可以委托当地律师评估收集到的信息，及时发现自身潜在的侵权风险。

投诉响应机制预演

02

建立紧急联络小组。小组成员一般包括法务人员、技术专家和翻译人员等，负责：接待执法人员、接收法律文书、现场证据保全的操作流程；收到警告函或投诉通知，应迅速启动应对程序。积极配合国外司法机关的命令和要求，特别注重对临时禁令（临时限制令or初步禁令）的处理。

03

注重技术保护和技术信息收集

注意对技术秘密的保护，尤其是关键的技术细节和计数数据，防止随意泄露；注重收集相似竞品的相关信息，尤其是技术信息，为企业的知识产权维权和研发提供方向。

01

1. 纠纷案例复盘

企业应组织专业团队进行纠纷复盘、剖析侵权争议点，找出问题的根源。如果是因为产品设计存在缺陷，应优化产品设计；如果是因为对当地法律理解不足而引发纠纷，应加强对目标市场法律的学习和研究，完善知识产权风险预警机制。

02

2. 及时处理文书及相关后续事宜

(1) 及时处理临时禁令及后续可能的程序；联系专业的服务机构进行应对，了解产品是否落入临时禁令的保护范围；

(2) 及时整理相关文书，了解对方专利情况，争议历史、授权、申请趋势、和解费用等关键信息，形成企业专属的策略和流程以及防备专利流氓诉讼等。

03

3. 升级自己的知识产权管理体系

(1) 完善自身知识产权布局，提升自己的知识产权能力；(2) 加强内部人员培训，提升海外展会知识产权应对能力，确保相关员工能够熟练掌握常见的警告函、临时禁令、海关现场执法等常见的海外展会知识产权法律应对形式；(3) 构建属于自己的维权体系和防止侵权体系。



PART THREE

多层次风险应对策略 的协同实施

- 法律应对的精准化路径选择
- 争议解决的国际化资源整合
- 常见的具体情况应对

临时禁令

当企业收到法院临时禁令时，务必立即停止涉嫌侵权行为，这是避免承担进一步法律责任的首要举措。

同时，委托当地专业律师对禁令进行全面审查，这是维护企业合法权益的重要手段。

海关措施

如果遭遇海关扣押，企业需提供充分的证据来证明自身的合法权益，及时提供知识产权权属证明，提交不侵权分析报告，通过专业的技术分析和法律论证，说明产品不存在侵权行为。企业可申请担保放行，以减少货物滞留对供应链的影响，确保企业的正常运营。若对海关的扣押决定存在异议，企业可启动行政复议程序。

诉讼

“积极应诉”维护企业权益和声誉的必要举措。在应诉过程中，企业要充分利用目标市场的法律程序：
美国：专利无效宣告程序，通过检索现有技术，寻找能够破坏对方专利新颖性的证据，动摇对方专利的权利基础。

在欧盟，针对对方的商标提起撤销诉讼，从商标的使用情况、显著性等方面进行攻击，削弱对方的权利主张。

企业还应积极收集对方滥用知识产权的证据，如发现对方存在专利海盗行为等

和解

在和解谈判中，企业要以商业利益为核心，注重平衡各方利益，合理设定授权费用。企业还可考虑市场分割条款，根据双方的市场优势和战略布局，协商划分市场份额，实现互利共赢。

1.本地服务网络构建

企业应与境外知识产权代理机构、律师事务所建立长期稳定的合作关系，在展期突发纠纷时，企业可以依托这些合作机构，获得即时法律支持。

2.技术抗辩与反制措施

- a. 实施规避设计，修改技术特征，使产品的技术方案突破对方专利权要求的范围；
- b. 专利无效宣告请求，通过检索现有技术，寻找能够破坏对方专利新颖性和创造性的证据，向专利审查机构提出无效宣告请求，动摇对方专利的权利基础。
- c. 临时禁令申请或民事诉讼。

3.社会组织力量的积累

与中国驻当地使领馆、行业协会、知识产权海外工作站等建立联络机制，使领馆能够为企业的政策解读和外交支持，行业协会则能够提供行业内的信息共享和纠纷调解服务，知识产权工作站更加熟悉属地的专业知识，为企业提供专业的咨询服务，有利于企业更加精准地决策。

1 警告函

警告函是由被侵权方向侵权方发出，通常会描述具体的行为并要求侵权方认同并签订停止侵权的声明和惩罚条款，也会要求被侵权方承担相应的维权成本。

企业在收到警告函后应核实警告函是否真实合理，包括对发函人、警告函内容等方面。

1. 如果确实准确和详细地描述了我方的侵权行为，并提供了法律依据。

→ 参展企业应当关注警告函中的要求是否合理合法。

→ 参展企业可以和对方进行协商和解，避免遭受强制措施，影响参展或进入司法诉讼。

2. 如果企业发现警告函存在主体不适格、内容与事实不符等行为，可以提出书面反警告，并向海关或法院申请保护，有的国家还可以要求对方进行赔偿。

2 临时禁令

临时禁令是法院根据申请人提出申请而签发的，禁止涉嫌侵权产品参展的禁令。在不同的司法环境下可能展现出临时限制令、初步禁令等形式。

企业在收到临时禁令后应先执行临时禁令的内容，作出有效应对措施

- (1) 针对临时鉴定费用部分提出异议
- (2) 针对临时禁令签发条件提出异议

常见的情形有：a. 签发的临时禁令不具有紧迫性；b. 禁令的申请人不具有所依据的知识产权或其所依据的知识产权应当被撤销或无效，丧失了法律基础；c. 参展商的行为和产品并没有侵犯临时禁令申请人的知识产权。

- (3) 要求临时禁令申请人在法定期限内提起正式诉讼

3

境外机构执法

境外机构执法一般分为境外司法机构执法和海关执法。参展企业应当配合执法人员的工作，尽可能多地收集相关信息，索要并保存相关执法文件，在专业人员的帮助下，有效提出异议、申诉、诉讼等，积极维护自己的权利。

4

遭遇侵害知识产权

企业应当建立自己的预案，根据预案积极对接专业机构按照以下步骤进行：
分析评议-确认侵权-确定维权策略-固定相关证据-准备维权材料-采取维权措施。



上海通茂律师事务所

冯瀚 律师、专利代理师

电话：18301883533

邮箱：fenghancn2016@163.com