

淄博市陶瓷产业海外知识产权 风险预警和应对指南

山东省海外知识产权纠纷指导中心淄博分中心

2025年10月

目录

导言	1
1. 产业发展现状	2
1.1 淄博陶瓷概况	2
1.2 淄博市陶瓷琉璃企业出海情况	2
1.3 淄博市陶瓷琉璃知识产权概况	3
2. 技术发展趋势	6
2.1 产业发展趋势分析	6
2.2 地域专利分布情况	6
2.3 技术构成分析	8
2.4 主要创新主体分析	9
3 海外预警分析	10
3.1 国外发展趋势	10
3.2 进出口市场分析	11
3.3 海外预警分析	12
3.4 海外重点企业分析	13
4. 陶瓷产业海外知识产权风险预警机制	14
4.1 陶瓷产业海外知识产权风险预警的定义和目的	14
4.2 陶瓷产业海外知识产权风险预警机构	15
5. 陶瓷产业海外知识产权风险类型	16
5.1 企业知识产权被侵犯的风险	16
5.2 企业被诉侵犯他人知识产权的风险	16
5.3 重点环节知识产权海外风险	16
6. 陶瓷产业海外知识产权常见风险应对措施	16
6.1 陶瓷产业海外知识产权被侵权的应对措施	17
6.2 陶瓷产业海外被诉侵犯知识产权的应对措施	18
6.3 专利领域海外风险应对措施	19
6.4 商标领域海外风险应对措施	20
6.5 著作权侵权	20
6.6 知识产权诉讼海外风险应对措施	24
6.7 海关知识产权风险应对措施	24
6.8 展会知识产权风险应对措施	26
6.9 “337调查” 风险应对措施	27

导言

近年来，中国企业海外知识产权诉讼新立案持续增长。2023年，中国企业在美知识产权诉讼新立案共1173起，相较于2022年增长19.0%。2023年，中国企业在其他主要国家和地区新立案专利、商标诉讼案件共89起，结案141起。2023年，中国企业涉美“337调查”案件20起，涉及中国大陆企业98家次，较2022年减少9家次，且70%的案件立案缘由为专利侵权。在有判决赔偿的案件中，专利诉讼平均判赔额约为330万人民币（《2024中国企业海外知识产权纠纷调查》）。美国“337调查”涉及陶瓷化工企业的案例逐渐增多，例如思摩尔电子烟陶瓷雾化芯专利技术赴美发起337调查，这是中国企业首次独立作为原告在美国主动对外国侵犯中国知识产权的相关企业提请“337调查”。

随着中国持续融入全球产业链、创新链、资金链和人才链，中国对全球经济和科技发展发挥着举足轻重的影响。陶瓷领域，商标、著作权侵权日益国际化，而且部分中国企业已经拥有了高价值自主知识产权，出海作为淄博市陶瓷企业主要销售渠道也日益增多。

1. 产业发展现状

1.1 淄博陶瓷概况

淄博是全国重点陶瓷产区，被誉为“中国陶瓷名城”、“北方瓷都”，具有良好的市场基础和创新能力。淄博琉璃的自身价值在鸡油黄、鸡肝石、亮红、洋青等琉璃名贵色料上完美体现；还体现在淄博在古代就是帝王贵族指定的琉璃外厂造办处，有着深远的历史意义。淄博市淄川区，博山区矿产资源丰富，伴生、共生矿多，矿产资源组合好，其中马牙石，紫石、凌子石是最重要的三种，造就了琉璃生产所必须的自然资源。

标准体系完备。近年来，淄博陶瓷行业先后主持制定了《高石英瓷器》，《镁质强化瓷器》、《抗菌骨质瓷器》3项国家标准，并作为授权使用“淄博陶瓷”地理标志商标和“淄博陶瓷当代国窑”地域品牌的执行标准。此外还制定了《陶瓷隧道窑节能技术改造导则》、《陶瓷隧道窑余热利用技术导则》、《日用陶瓷工业废弃物再利用技术规范》等9项山东省节能技术地方标准。目前，淄博陶瓷已形成了完备的质量标准管理体系，进一步提升了产品的质量水平。

1.2 淄博市陶瓷琉璃企业出海情况

2017年6月博山琉璃亮相世界地理标志大会；2018年6月博山区被商务部、中宣部、文化和旅游部、国家广播电视总局授予国家文化出口基地荣誉称号，这是山东省第一个、也是全国唯一的区县级基地。博山区琉璃工艺品占全国市场份额40%，已发展成全国最大的琉璃工艺品产销基地。博山已成为中国最大的琉璃生产

基地和产品集散地，产品销往100多个国家和地区。淄博日用陶瓷、建筑陶瓷、艺术陶瓷、工业陶瓷等产品已经远销海内外70多个国家地区。

截至2024年4月，博山区拥有琉璃生产企业14家，从业人员600余人，80%企业以外贸出口为主要销售渠道。

淄博市淄川区“淄川振华玻璃制品有限公司”现有员工200余人，是淄博琉璃烧制技艺最大的传承群体，被山东省原文化厅命名为非物质文化遗产生产性保护示范基地。公司汇聚了一批国家级艺术大师与省市级工艺美术大师，形成强大的研发团队，已斩获国家专利32项，其中发明专利9项，研发的关键技术荣获“中国技术市场金桥奖”。公司不仅在国内市场拥有“静得”、“清御黄”等商标，还在欧盟注册了“zhenhualiuli”商标，显示出其品牌在国际市场的广泛影响力。产品远销30多个国家和地区，深受消费者喜爱，享有盛誉。

1.3 淄博市陶瓷琉璃知识产权概况

品牌建设成果丰硕。全市陶瓷行业拥有华光陶瓷、统一陶瓷等中国驰名商标10个、山东省著名商标77个、山东名牌产品98个。博山区拥有琉璃生产和经营企业21家，15家生产或经营单位已成功申报了地理标志专用标志。博山区先后被授予“中国琉璃之乡”、“中华陶琉文化城”、“国家文化出口基地”等称号；博山琉璃烧制技艺、鲁派内画、博山琉璃灯工制作技艺、博山鸡油黄与鸡肝石琉璃烧制技艺先后被评为国家级、省级非物质文化遗产代表性项目。

2006年博山区被中国轻工业联合会、中国日用玻璃协会授予“中国琉璃之乡”荣誉称号；2009年“博山琉璃”地理标志证明商标注册成功，为打造“博山琉璃”区域品牌奠定基础。2009年被中国陶瓷工业协会授予“淄博陶瓷当代国窑”地域品牌影，2009年10月，“淄博陶瓷”地理标志证明商标被国家工商总局商标局批准注册，成为山东省第一个工业产品地理标志商标，“淄博陶瓷烧制技艺”入选国家级非物质文化遗产名录。2013年3月12日，在山东省十大地理标志示范商标表彰大会上，“淄博陶瓷”地理标志证明商标被评为山东省十大地理标志示范商标。2020年博山陶瓷琉璃大观园市场被国家知识产权局确定为第五批国家级知识产权保护规范化市场；2021年“博山琉璃”被山东省市场监管局确定为山东省地理标志促进工程重点项目并列入全省重点地理标志保护清单；2022年，博山琉璃被山东省市场监管局列入黄河生态经济带重点地理标志监管名录。2022年8月19日，淄博市地理标志保护调研座谈会在博山召开。2023年博山琉璃山东省地理标志产品保护示范区成功获批筹建，

陶瓷琉璃地理标志和世界非遗有其特殊价值，有助于推动在欧盟、东南亚、“一带一路”国家获得官方认可和法律保护，不断提升知名度和市场竞争力，筑起防止假冒伪劣产品冲击的“防护墙”。例如《中华人民共和国政府与欧洲联盟地理标志保护与合作协定》中方地理标志产品清单；根据各国与中国签订的地理标志互认互保协议，向各国提交地理标志保护申请；向国家知识产权局推荐参选“一带一路”国家地理标志保护与合作试点项目。其中，《中欧地理标志协

定》生效后，中国100个地理标志品牌获得欧盟认证，在欧盟市场享有法律保护；截至2023年1月，中欧已实现244个产品互认互保。

此外，陶瓷琉璃领域知识产权保护还包括商标、专利、著作权等。外来学艺、制瓷、传承与创新的群体，对这些手艺人而言，可能带来知识产权被侵犯的风险，这也是目前非遗技艺保护和发展面临的挑战和难题；从原创那里购买原作后模仿并生产销售陶瓷作品也是常见著作权侵权方式。相比传统瓷雕，日用陶瓷、工艺陶瓷等市场大、易仿冒的产品，侵权情况更为普遍；陶瓷的侵权纠纷突出表现在对外观设计的抄袭上，而且陶瓷产品更新迭代快速，知识产权保护滞后会给企业带来巨大损失。

《知识产权局、工业和信息化部、工商总局、版权局关于加强陶瓷产业知识产权保护工作的意见》国知发协字〔2013〕26号指出，加强陶瓷产业知识产权保护具有重要意义。加强知识产权保护工作宣传，加大对“12330”、“12315”、“12390”等维权援助热线的推介力度，营造良好的保护氛围。鼓励依法及时保护创新成果。加大对日用陶瓷、建筑陶瓷、艺术陶瓷等领域的工艺技术、产品设计、知名品牌的保护力度。鼓励对创新成果依法及时保护，较大幅度地提高陶瓷领域知识产权的数量和质量，为陶瓷产业的转型升级保驾护航。推动建立陶瓷产品知识产权鉴定评估机构，提升陶瓷产品的技术鉴定和知识产权司法鉴定水平，为刑事执法、司法保护提供支撑。推动陶瓷企事业单位进一步提升知识产权综合能力。加大对可替代原料及新能源开发、设备设计制造、工艺路线升级等技术方法的知识产权资源挖掘，防范知识产权风险。支持积极开展知识产权

维权打假活动。2013年11月，山东省知识产权局正式批准建立山东（淄博）陶瓷知识产权快速维权中心，该中心是目前全省唯一针对单一行业设立的知识产权快速维权机构，将对淄博陶瓷产业创新升级起到保驾护航的作用，使淄博陶瓷产业向高端化和国际化迈进。

2.技术发展趋势

2.1 产业发展趋势分析

整体上，专利申请和授权的趋势较为同步，除2018-2019年专利申请量及授权量均有所下降外，其余年份均保持正增长，并且整体授权量保持50%以上，说明大部分申请的专利最终都得以授权，产业的技术创新成果具有较高的透明度，有利于行业内的技术交流与合作，也反映出该产业专利申请的创新水平较高。



图2-1国内外专利申请、授权趋势

2.2 地域专利分布情况

中国是陶瓷产业专利数量以绝对优势居于全球第一，从下图可以看出中国的专利数量在视觉上占据较大比例，显示出中国在陶瓷

产业领域的技术创新成果较为丰富，在该产业的专利布局方面较为积极。

除了上述主要的专利产出体外，日本、韩国、美国、欧洲、德国等也有一定数量的陶瓷产业专利。这表明陶瓷产业的技术创新主要集中在中国，但在全球多个国家和地区也都有开展，形成了较为广泛的全球分布格局，反映出该产业具有较强的国际性，技术研发和创新活动在世界范围内受到关注和投入。

不同国家和地区的专利数量存在明显差异，这体现出陶瓷产业发展的地域不平衡性。像中国、日本、韩国、在技术研发实力、产业政策支持、市场需求等方面可能更具优势，从而推动了更多专利的产生；而其他一些国家和地区相对而言，在该产业的技术创新规模上较小。

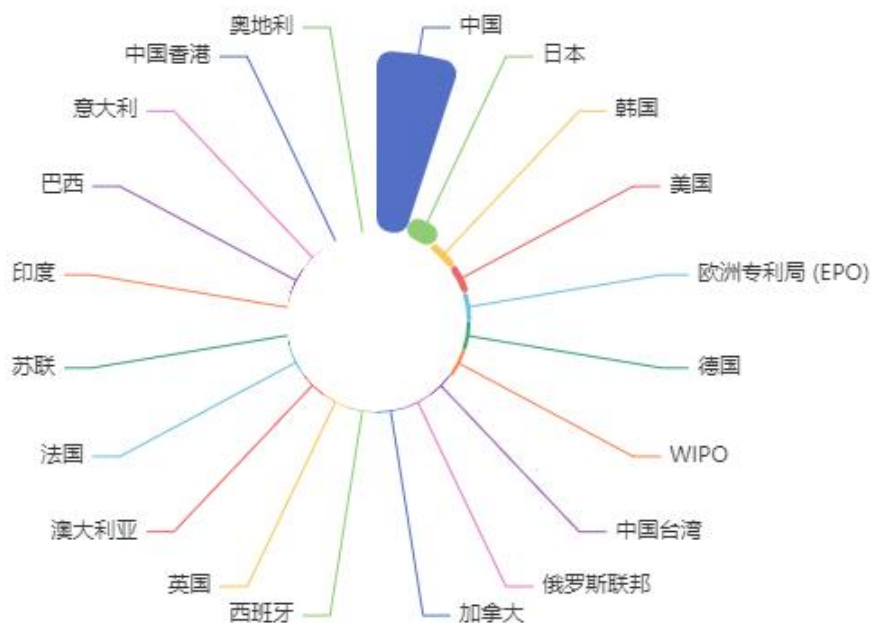


图 2-2 全球专利分布地域

国内专利申请主要技术来源国有美国、日本、德国和法国，其中美国在我国布局15038件专利申请，日本在我国布局11069件专利

申请，表明上述国家重视国内市场，中国陶瓷产业的市场被各国普遍看好，美国、日本、德国等国家的大型跨国企业纷纷在中国进行专利布局。

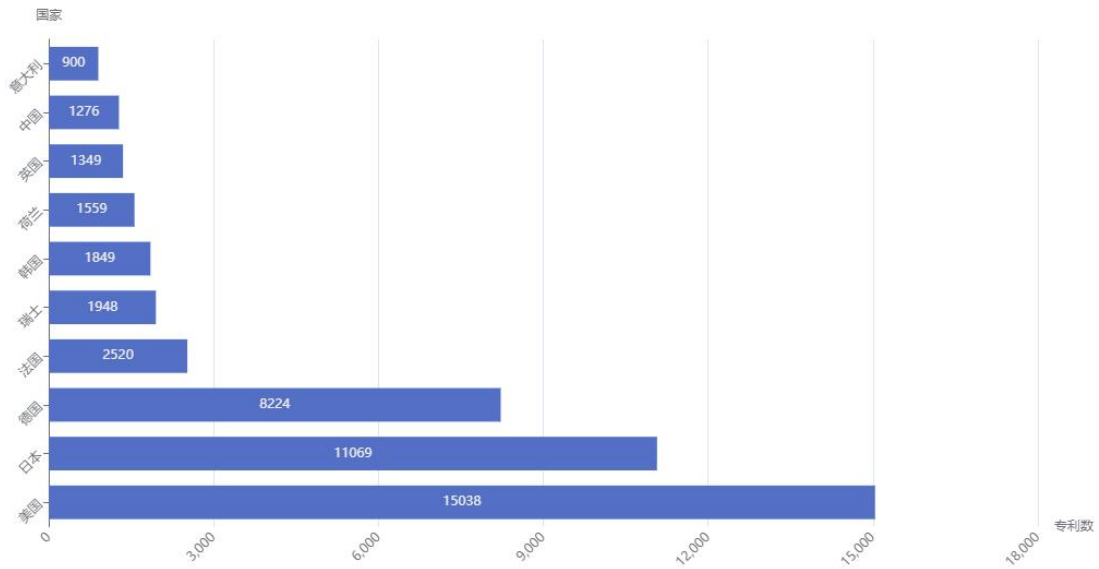


图2-3国外来华专利布局

我国专利申请地域分布排名前三的是广东省、浙江省和江苏省，山东省专利申请40220件，排名第5位。



图2-4国内专利申请地域构成分布

2.3 技术构成分析

全球陶瓷产业专利申请主要集中在以成分为特征的陶瓷成型制品（C04B35）；砂浆、混凝土、人造石或陶瓷的后处理（C04B41）、专门适用于制造或处理半导体或固体器件或其部件的方法或设备（H01L21）和半导体或其他固态器件的零部件（H01L23）。我国专利申请主要分布在C04B35、C04B41、H01L21和气体或蒸气的分离；从气体中回收挥发性溶剂的蒸气（B01D53）。

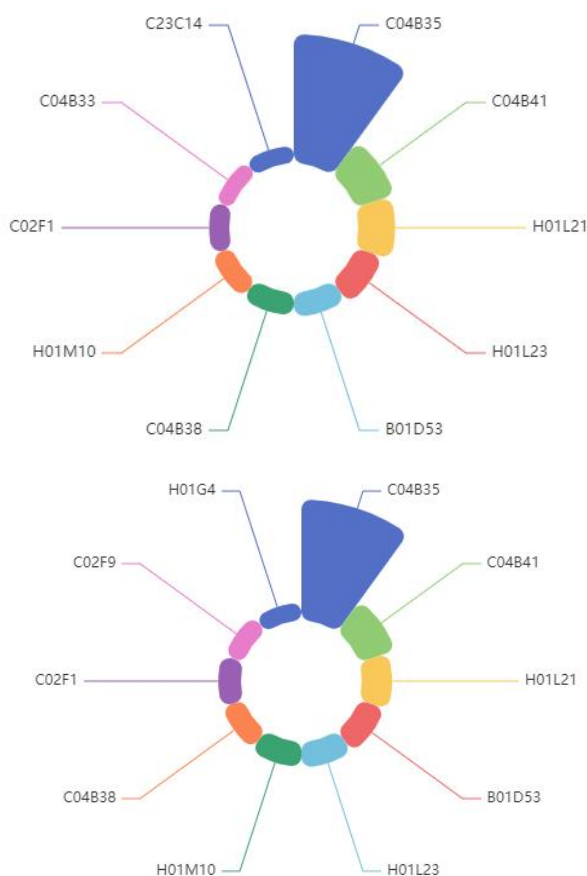


图2-5全球、全国专利技术申请构成

2.4 主要创新主体分析

表2-1为陶瓷专利技术主要创新主体排名统计，国外在该领域布局专利数量较多的创新主体有京瓷株式会社、日本碍子株式会社、村田制作所等，均来自日本；国内高校院所所有哈尔滨工业大学、西安交通大学、清华大学等，国内企业类型申请人有康宁股份有限公

司、深圳光启创新技术有限公司、湖南华联瓷业股份有限公司、广东东鹏控股股份有限公司等。

表2-1陶瓷全球申请人

陶瓷产业					
国外	专利数量	国内高校院所	专利数量	国内企业	专利数量
京セラ株式会社	3851	哈尔滨工业大学	4046	康宁股份有限公司	1648
日本碍子株式会社	3383	西安交通大学	3375	深圳光启创新技术有限公司	974
株式会社村田制作所	2911	清华大学	3166	湖南华联瓷业股份有限公司	896
MATSUSHITA ELECTRIC IND CO LTD	1710	中国科学院上海硅酸盐研究所	2680	广东东鹏控股股份有限公司	822
TOSHIBA CORP	1683	南京航空航天大学	2636	美的集团股份有限公司	818

3 海外预警分析

从全球范围来看，历史上中国、日本和韩国是在陶瓷产业和技术上最具领先优势的国家，中国陶瓷产业专利布局后来居上，发展引人注目。得益于其出色的物理和化学性质，如高硬度、耐高温、耐腐蚀和良好的绝缘性，其在工业上的应用可谓是广泛而重要，在电子信息、医疗、航空航天等高科技领域也发挥至关重要的作用。

3.1 国外发展趋势

以陶瓷为检索词，粗检陶瓷产业专利布局情况，从图中可以看出，陶瓷产业专利布局整体呈缓慢下降趋势。

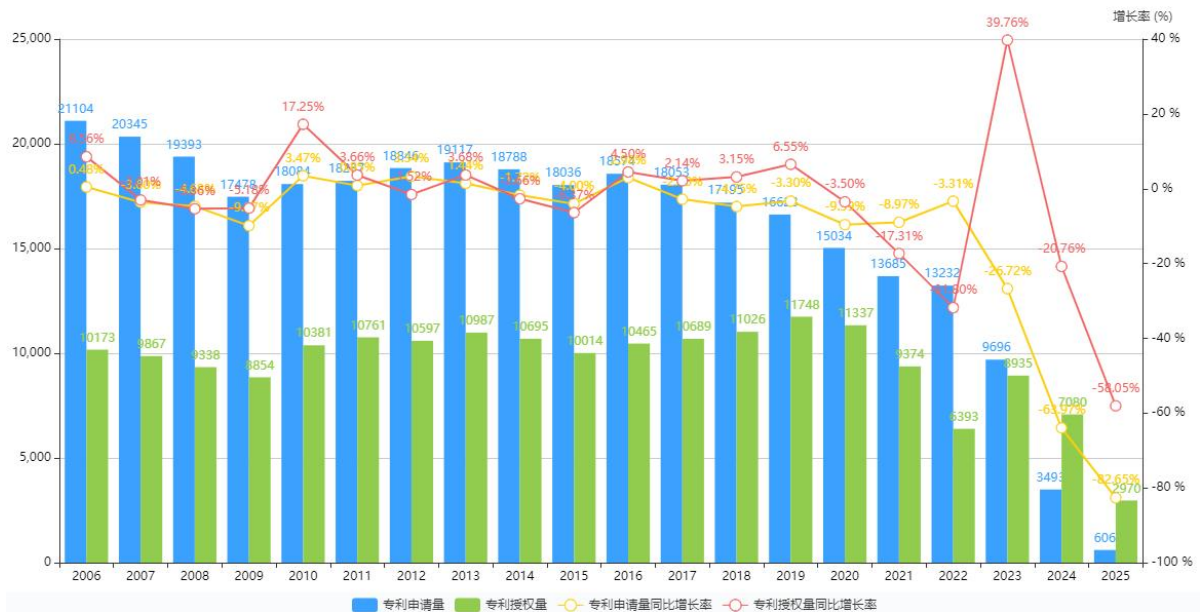


图 3-1 陶瓷产业整体专利布局趋势

3.2 进出口市场分析

中国陶瓷产业出口呈现稳步增长态势，2025年前三季度出口额达1147.7亿元，同比增长1.7%。其中，日用陶瓷出口表现尤为突出，2024年出口量达240.36万吨，同比增长13.75%。

出口规模与增长

2025年1-9月，陶瓷产品出口额保持正增长，9月单月出口额为105.2亿元。日用陶瓷中，骨瓷餐具、炆器等品类因海外市场需求旺盛，出口量持续增长。例如，德化白瓷2025年1-7月出口额达21.38亿元，同比增长5.06%，国际市场份额不断扩大。

出口结构特点

市场分布：陶瓷产品主要销往北美、欧洲、东南亚等地区。北美市场对中高端餐具需求强劲，部分产品溢价率达30%以上。

产品类型：日用瓷、工艺瓷、微波介质陶瓷等多元化产品并进。德化白瓷以“中国白”闻名海外，工艺瓷出口量占全国近80%；微

波介质陶瓷因应用于5G基站等新兴领域，市场规模从2018年的39.69亿元增长至2024年的88.1亿元。

3.3 海外预警分析

针对陶瓷产业的国外专利进行海外预警分析，排名前十的国家依次为日本、美国、德国、韩国、法国、英国、瑞士、荷兰、阿富汗。

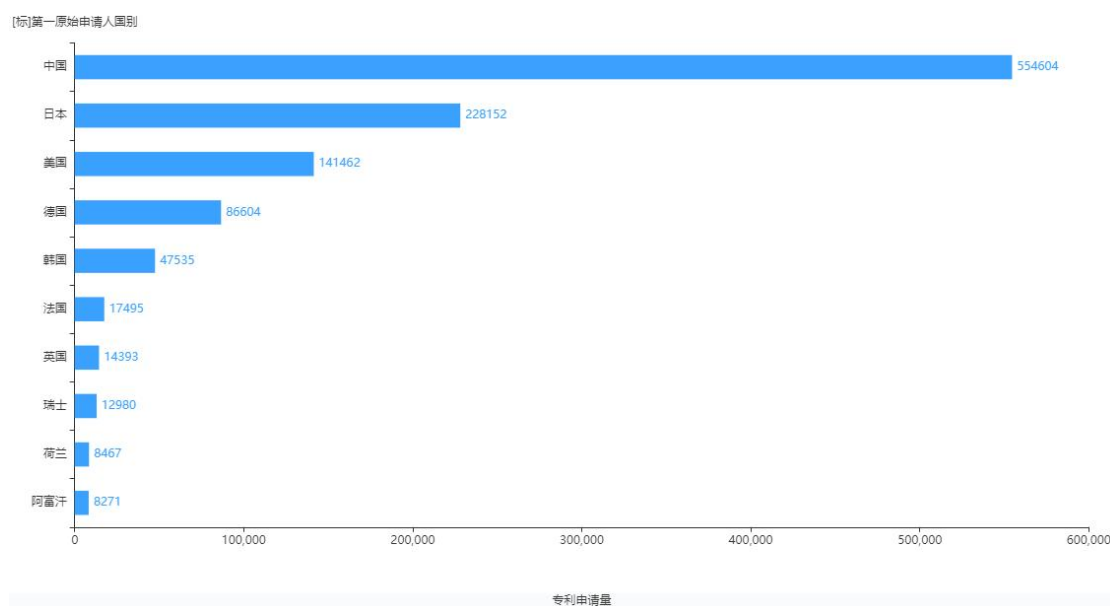


图3-2国外陶瓷产业全球地域技术来源国

对陶瓷产业国外专利进行海外预警分析，综合考虑技术来源国与目标国的专利布局情况，可以对各国的本国专利布局及海外布局情况一目了然，企业在进行出海战略时，为产业提供规避和布局方向。

由下图可以看出主要技术来源国中国、日本、美国、德国、韩国，主要技术目标国为中国、日本、美国、世界知识产权组织、欧洲，从图中数据可以看出，各国在中国布局的专利数量较多，其次是本国国内，综合来看日本、美国、德国是各国的目标国，建议淄

博市陶瓷产业相关领域企业后期在海外布局时应注意上述国家的专利情况以免发生侵权纠纷。

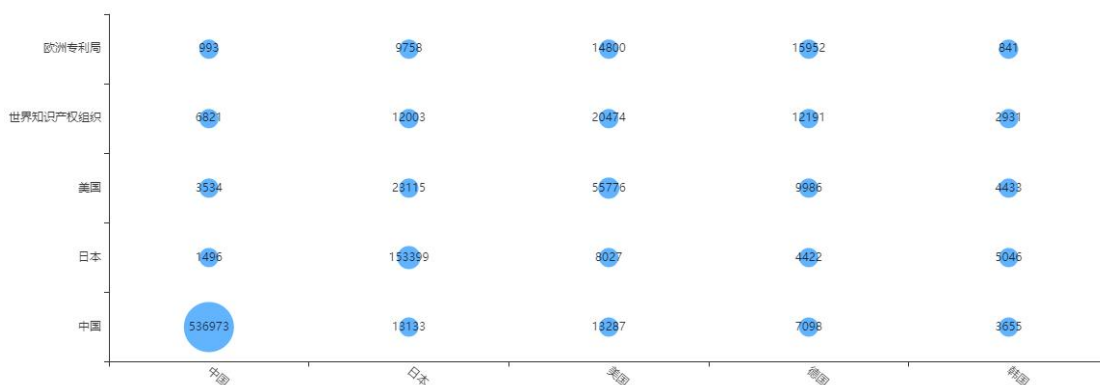


图3-3陶瓷产业技术来源国-目标国

3.4 海外重点企业分析

下图为国外陶瓷产业龙头企业排名前十，排名前十的申请人主要专利布局在日本，近年来，日本在陶瓷方面积极在中国布局发明专利，已经成为在华申请和授权最多的国家。自20世纪80年代起，日本在先进陶瓷材料科研、制造方面占据领先、卓越的地位，在电子陶瓷、光纤、高强度陶瓷等先进陶瓷材料领域，日本均名列前茅。日本制造的先进陶瓷感应元件已主导国际市场的主要份额，涵盖热敏、压敏、磁敏、气敏、光敏等各类先进陶瓷产品，占据市场的大部分份额；在泡沫陶瓷、超塑性陶瓷、塑胶复合陶瓷以及各类先进陶瓷材料与陶瓷部件的研发，高性能陶瓷电池、陶瓷发动机等研发方面，也均保持领先地位。凭借多年来在先进陶瓷领域的技术积淀，日本孕育了众多在行业内具有举足轻重地位的大型陶瓷企业，如日本京瓷、村田、东芝、日本特殊陶业、NGK、昭和电工等，尤其是日本京瓷和村田等年销售额达千亿级的先进陶瓷跨国公司，在全球

具有显著影响力。目前，日资企业在全球先进陶瓷领域的市场份额约占50%左右。

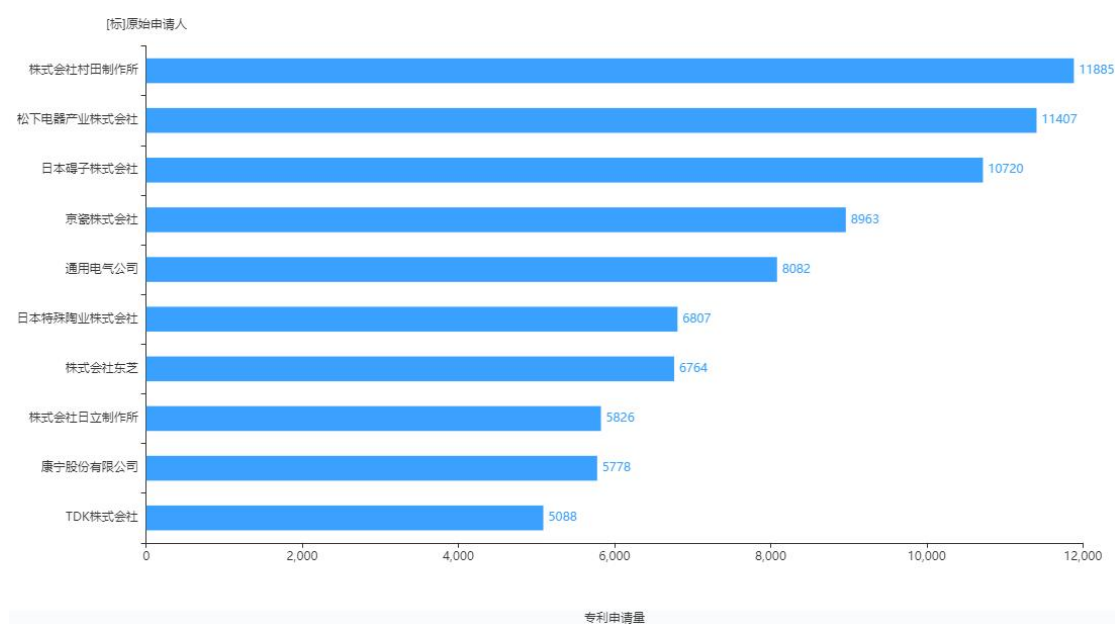


图3-4 国外陶瓷产业龙头企业排名前十

4.陶瓷产业海外知识产权风险预警机制

4.1陶瓷产业海外知识产权风险预警的定义和目的

陶瓷产业海外知识产权风险预警，是指企业依靠自身或借助外部力量，通过系统性方法对海外知识产权风险进行识别、评估和应对，以规避或降低因知识产权问题导致的经营风险。

预警工作的目的在于规避和应对可能出现的知识产权风险。可能出现的需要防控知识产权风险的情况包括：

- i .企业产品在境外销售，包括直接销售和通过中间商销售；
- ii .在境外对企业产品进行许诺销售，包括以做广告、在商店橱窗中陈列或者在展销会上展出等方式作出销售商品的意思表示；
- iii .在境外参加商业性质的展会；
- iv .在境外设立工厂生产企业产品；
- v .在境外设立研发中心开发企业产品；

vi.在境外进行的其他与企业产品相关的商业活动。

4.2陶瓷产业海外知识产权风险预警机构

4.2.1陶瓷产业海外知识产权风险预警机构的定义

陶瓷产业海外知识产权风险预警机构是企业内部设立的专门负责监测、分析海外知识产权风险并制定应对策略的常设机构，通常由知识产权、研发、市场等部门主管人员组成，负责定期收集专利动态、分析竞争对手布局，并制定防控和预警预案。

4.2.2陶瓷产业海外知识产权风险预警机构的职能及工作内容

收集与企业自身产品或技术相关的商标、专利、著作权等知识产权动态信息，并进行有针对性的统计、分析，对商标、专利、著作权等知识产权风险进行警示和主动防范，更好地确定研究开发和产业发展为向。

i.定期与研发、市场等相关部门进行沟通和交流，了解并确定企业重大研发方向和目标市场；

ii.制定企业海外知识产权风险预警制度，对企业海外知识产权布局进行规划；

iii.搜集和检索与公司经营生产相关的知识产权信息，建立常态化的监测机制，掌握相关行业领域和竞争对手的境外知识产权布局；

iv.对检索到的知识产权进行重点分析，自行或委托外部知识产权律师等专业人员出具专业的分析报告，确定风险等级，拟定应对方案；

v.遇到知识产权风险时，迅速制订预警方案，将结果尽快反馈给决策层，并且制订和调整相关策略。

5.陶瓷产业海外知识产权风险类型

5.1企业知识产权被侵犯的风险

主要包括：被外国企业抢注商标，被外国企业侵犯专利权、商标权、著作权等。

5.2企业被诉侵犯他人知识产权的风险

主要包括：竞争对手、关联企业或NPE（非专利实施主体）在海外发起的专利、商标诉讼，参展海外展会期间遭遇的知识产权纠纷，美国国际贸易委员会（ITC）发起的“337”贸易调查等。

5.3重点环节知识产权海外风险

重点环节知识产权海外风险包括海关风险、展会风险及“337”调查风险等。

6.陶瓷产业海外知识产权常见风险应对措施

随着中国企业在海外市场的发展，中国企业遭遇的知识产权诉讼等风险也逐年增加。企业在海外面临的与知识产权有关的常见风险包括被侵权的风险、被诉侵权的风险、以及重点环节如海关风险、展会风险及337调查风险等。过去企业在发生海外纠纷时较少主动作为，由于相关意识的缺乏，且维权成本相对较高，导致大部分纠纷出现时，均处于被动的状态。对企业海外知识产权风险的忽视，以及对海外知识产权风险应对措施的缺失，将导致企业丧失在海外市场的的话语权，乃至失去整个海外市场。因此，

企业海外知识产权的预警还应包含，在相关风险发生后，企业可以及时提出科学有效的应对措施。

6.1陶瓷产业海外知识产权被侵权的应对措施

企业在发现海外市场中有涉嫌侵犯本企业知识产权（包括但不限于专利权、商标权、著作权等）的行为时，可开展以下应对措施：

i.聘请专业机构对本企业在所在国所取得的知识产权进行研判分析，主要从所涉知识产权在该国的权利稳定性、权利的保护范围、维权难度、维权方式及维权成本等方面进行详细研判，如企业所享有的知识产权在该国维权存在极大的无效或无法获得保护的风险，在未做研判的情况下，盲目开展海外维权工作，则往往得不偿失。

ii.做出维权决定后，企业可以通过选聘中国以及涉诉国家或地区的专业律师，共同组成专业法律服务团队，并开展证据的收集和保全工作等维权的前期工作。维权团队成员应了解所在国的法律制度，同时也应了解中国与所在国之间已经缔结的双边或多边条约以及是否共同为某国际公约的成员国等等相关法律问题。维权团队可根据争议所适用的实体法对诉称的纠纷事实是否成立、可能的诉讼结果进行初步判断，并对应诉程序所涉及的期限、证据收集和提交程序问题予以明确，避免因程序问题的原因而导致实体问题的不利结果。

iii.相关侵权的证据收集和保全工作完成后，企业可向侵权人发送警告函。向侵权人发送警告函不仅可以起到一定的震慑作用，也可能直接解决纠纷，并且可以作为恶意侵权的证据起到一定的法律

效果。需要注意的是，侵权警告函的草拟和发送应当符合当地的法律规定。

iv.谈判和平日解。谈判和和解是处理海外知识产权侵权纠纷的重要方式之一。如果能够与侵权行为人直接通过谈判与和解的方式解决纠纷，费用成本通常比司法程序更低，周期更短，商业效果可能也会更好。

v.仲裁。侵权纠纷发生后，企业可以根据双方达成的合意，选择仲裁的方式来解决纠纷。仲裁的特征是当事人导向，且仲裁裁决一般具有法律执行力，其国际执行力相较于当地法院判决的域外执行力也更为容易。

vi.行政程序。通过行政措施解决侵权纠纷也是一种较为重要的救济途径。行政程序相较于诉讼程序，效率更高、效果更佳。一般知识产权法律制度健全的国家或地区大多规定了对知识产权侵权行为的限制和打击措施。比如日常监管措施和行政执法措施，实施部门主要包括海关、警察局或者负责市场监督管理的行政部门等。

vii.诉讼程序。诉讼程序作为处理海外知识产权侵权的重要方式之一，是权利人维权的重要手段，该手段的保护力度是众多救济手段中较强的。企业的知识产权在海外被侵权时，可以选择向当地法院提起诉讼解决。

6.2陶瓷产业海外被诉侵犯知识产权的应对措施

企业在海外市场开展业务时，也时常会发生被控侵犯知识产权的情形，遇到此种情况时，企业也应当保持冷静、积极应对，可以按照以下流程开展应对工作：

i.针对被控侵权事件积极开展研判。企业通过组织企业专业技术人员与专业机构人员组成专门工作小组，对被控侵权事件所涉及的权利及侵权行为从技术、法律等方面进行全面分析，根据研判结果，及时制定应对策略。

ii.可通过积极协商，与权利人达成许可协议。若经研判认为侵权成立的可能性很大时，企业可积极与对方开展谈判工作，及时掌握对方意图，力争与对方达成和解，避免损失的扩大。

iii.及时停止侵权，改用规避设计。若经研判认为侵权成立的可能性较大的，企业应及时停止侵权行为，避免侵权的损害后果扩大，同时可组织技术攻关或进行设计调整，通过减少产品与专利权相同的部分技术特征或者替换一些技术特征（专利权）、或进行图形、文字的设计（商标权、著作权）调整来规避侵权行为。

iv.积极应诉，及时提出反诉等反制措施。若经研判认为侵权不成立，且已经遭到起诉，则考虑对对方提出反诉，指出对方的虚假指控并要求确认不侵权承担诉讼费用。

v.主动出击，提出对为权利无效或撤销的申请。若经研判认为侵权不成立，且对现有技术、商标、著作权进行全面的检索和调查后，寻找对方所主张的权利不符合获权条件的证据，如专利权缺乏新颖性和创造性、商标权侵犯他人先在权利、著作权非原创或不具独创性等。依据前述证据和理由主动出击，对对方的权利提出无效或者撤销的申请，为企业知识产权在海外市场的使用和保护扫除障碍。

6.3专利领域海外风险应对措施

i. 专利保护水平评价。针对目标产品开展技术解构，梳理确认产品包含的全部技术要素；解析自有专利保护范围，对应分析自有专利对产品技术要素的保护支撑水平。

ii. 风险专利解析。针对主要海外市场，围绕产品技术要素开展检索；解读风险专利技术方案，确定风险专利的保护范围。

iii. 专利风险评价应对。结合企业自身技术保护状况，从风险概率、可能导致后果等维度评价企业面临的专利风险；从专利挖掘、规避设计、专利无效等维度制定应对风险的可行性策略。

6.4 商标领域海外风险应对措施

i. 开展海外商标预警监测工作。加大经济和人力投入；通过自行或委托进行对产品或服务所在国的商标检索和监控，评估侵权风险，对已经发生的抢注等侵权行为及时采取措施，及时提出异议、撤销、无效或进行规避设计。

ii. 商标抢注应对。异议、撤销、无效程序，谈判；准备好在先使用证据，积极应对侵权投诉。

iii. 规范注册商标的使用行为，避免商标局部使用或变形使用导致侵犯他人权利。

6.5 著作权侵权

6.5.1 著作权侵权类型

i. 未经许可复制、发行、改编或公开表演受保护作品。

ii. 删除或篡改作品上的权利管理电子信息。

iii. 商业性使用盗版软件。

iv. 规避技术保护措施。

v. 未标明出处使用他人作品。

6.5.2 合规建议

I.提前了解相应国家的著作权法及相关国际协议。

II.原创设计备案：

i.保留版权登记证书

通过销售过版权平台快速完成版权登记，强化法律保护；登记证书是权属的核心证据，需妥善保存原件，并备份电子版（如通过区块链存证平台固化）。

ii.完善权属链条记录

创作过程留痕：保留手稿、设计草图、创作时间戳（如电子文件的修改记录）、邮件往来等原始证据。

iii.合作作品协议

多人创作时需明确各方权利份额，签订书面协议（如委托创作合同需约定版权归属）。

iv.权属变更备案

版权转让、许可或继承时，需签订书面合同并向版权局备案（非强制但可增强法律效力）。

III.FTO分析：上架前对比知名品牌专利库，排除侵权嫌疑；

IV.供应链合规：要求工厂提供设计授权证明，避免代工环节埋雷。

V.严格审查内容来源与授权

在您运营的网站、APP或其他网络平台上传播影视作品前，必须：

i.核实权属：明确您计划传播的作品的著作权归属。

ii.获取合法授权：与著作权人（或经其授权的集体管理组织、版权代理机构）签订书面的、涵盖信息网络传播权的许可使用合同。有播放权（如拥有电视播放权）并不等于自动拥有网络传播权。

iii.留存授权凭证：妥善保管授权合同、付费凭证等证明文件。

VI.切勿依赖“合理使用”抗辩

《中华人民共和国著作权法》规定的“合理使用”情形（如个人学习、课堂教学、新闻报道等）有严格限定条件。商业性网站传播完整影视作品的行为，几乎不可能适用“合理使用”条款抗辩，切勿随意套用。

VII.商业化运营与价值维护

i.版权资产授权策略设计

独占许可：仅允许单一被许可方使用（收取高额许可费）。

分许可权控制：限制被许可方二次授权，避免权利失控。

收益分成模式：对游戏、音乐等按下载量或流水比例分成。

ii.技术防护措施

防伪溯源：艺术品、奢侈品使用NFT或RFID芯片绑定版权信息。

iii.加强内部管理：企业应加强内部管理，建立完善的版权保护制度，防止内部员工泄露或侵犯他人版权。

iv.提高员工版权意识：通过培训、宣传等方式提高员工的版权意识，让他们了解版权的重要性和保护方法。

v.加强版权监测：定期监测市场上的侵权行为，及时发现并处理潜在的版权风险。

6.5.3分级处理侵权

i.非诉协商：向侵权方发送律师函，要求停止侵权并赔偿（适合小额或无意侵权）。

ii.平台投诉：通过电商平台（知识产权保护通道）、内容平台（如YouTube版权申诉）快速下架侵权内容。

iii.行政投诉：向国家版权局或地方文化执法部门举报，要求行政处罚（罚款、没收工具等）。

iv.司法诉讼：起诉至法院，主张停止侵权、赔偿损失（需提供权属证明、侵权证据、损失计算依据）。

v.申请人民调解：可向各地人民调解委员会申请调解，高效、低成本低地解决纠纷。

综上，一旦发现侵权线索，务必及时、全面、规范地固定和保存证据（如截图、录屏侵权网页和访问量数据等，并采取时间戳认证、公证小程序等方式存证）。赔偿金额计算：

实际损失：如侵权导致销量下降的收益损失。

侵权获利：根据侵权方销售数据或广告收益索赔。

法定赔偿：法院酌情判决（中国著作权法上限为500万元）。

6.5.4被诉侵权的应对策略

i.立即自查整改，下架高危产品：立即对您运营的所有网络平台（网站、APP、小程序等）上传播的影视作品进行彻底清查。对于无合法授权或授权范围不明的作品，应立即下架删除，避免侵权风险持续扩大。

ii.追溯供应链：核查采购记录，确认是否存在仿制设计的生产订单；

iii.规避“手工制作”宣传：若产品为模具批量生产，需删除相关描述，避免被诉虚假宣传叠加侵权。

6.5.5侵权法律后果

i. 民事赔偿：侵权人需承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。赔偿数额可能包括权利人的实际损失、侵权人的违法所得，或由法院根据侵权行为情节判决给予法定赔偿。

ii. 行政处罚：著作权行政管理部门可责令停止侵权行为，没收违法所得，没收、销毁侵权复制品，并可处以罚款；情节严重的，还可以没收主要用于制作侵权复制品的材料、工具、设备等。

iii. 商业信誉受损：信息网络传播权的侵权行为将严重损害平台对外形象和公信力

6.6 知识产权诉讼海外风险应对措施

i. 主张不视为侵犯专利权的行为。包括已得到专利权人授权，如专利权用尽、明示或默示许可等情况；在先使用；科学试验目的的使用；超过损害赔偿主张的时效；禁止反悔的情形等。

ii. 主张没有侵犯专利权。包括与专利客体不相同和提出专利权无效等。

iii. 主张专利权不可实施。包括专利权的获取不公正以及专利权滥用、垄断等情况。

iv. 被诉侵犯商标权时积极应对。及时停止不规范行为，审查内部管理漏洞；了解案情，积极应对：侵权主张是否存在瑕疵，送达有无问题（海牙送达），权利基础是否稳定，权利商标是否投入使用。

v. 储备海外服务资源。关注政府资讯，提前了解当地知识产权机构，建立联系，储备涉外律师人才库。

6.7 海关知识产权风险应对措施

各国海关均禁止侵犯知识产权的货物进出口，并依照有关法律规定实施本国海关知识产权保护。因此，面对各国海关因启动职权保护导致的海关风险，各出口企业应当区分两种情况予以应对：一是拥有合法知识产权的，应当充分利用好中国海关对知识产权保护的相关利好，强化涉外知识产权保护布局的进出口环节关键点；二是出口货物代理企业，非相关知识产权权利人，则应当在出口前取得相关权利人的许可，合法合规使用他人知识产权，避免在出口环节因知识产权瑕疵导致货物不能出口或遭遇海关调查暂停出口，导致无法及时交货或在调查期间产生其他费用及违约责任，造成企业损失。

6.7.1拥有合法知识产权企业的应对措施

拥有合法知识产权的企业应当在安排货物出口前通过海关总署知识产权海关保护备案系统完成相关权利的备案，尤其针对生产型企业的货物非经本企业亲自安排出口等事项或该生产型企业仅作为某一国际品牌在海外的生产企业的情况，更需要关注货物出口前在海关的备案情况，以便货物在实际出口时遇到海关查验，海关能够第一时间通过查询系统确认权利状态，避免不必要的通关时间延长，实现企业按时交货目的。

根据《中华人民共和国海关知识产权保护条例》的相关规定，海关查获涉嫌侵犯知识产权货物的，若现场海关无法直接从查询系统中确认权利状态，则由海关及时向在海关总署备案登记的品牌权利人确认该货物是否侵权，海关仅对在海关总署备案登记的品牌的权利人的确认状态予以认可，品牌权利人确认是否侵权的时

间为三个工作日，由此计算，若因前端工作来提前布局及应对，出口企业就有可能面临因现场海关需向品牌权利人确认是否侵权所需要的三个工作日及以上的不可预测时间，出现违约风险。

6.7.2出口货物代理企业，非相关知识产权权利人的应对措施

该类企业在对有知识产权特征的货物安排出口前，应当提前与经销商或交付人确认货物的知识产权状况，并及时要求货物供应商在安排装货前能够对即将出口的货物知识产权状况通过知识产权海关保护备案系统完成相关权利的备案，使本企业可以作为该货物品牌的合法使用人。

根据《中华人民共和国海关知识产权保护条例》的相关规定，海关查获涉嫌侵犯知识产权货物，除应及时联系品牌权利人确认权利状态，并产生三个工作日的等待时长外，若企业所出口的货物未能得到权利人的许可出口，海关将会启动调查程序，该调查程序原则为立案之日起30个工作日调查终结并及时作出行政处罚决定书，若在调查过程中发现出口侵权货物货值达到入刑标准，甚至有可能被公安机关立案调查。

因此，货物代理进出口企业应当提前与货物供应商对货物知识产权状况予以确认，并通过签订合同等为式确认对货物承担实际责任的主体，避免因证据不足导致自身承受行政处罚或刑事责任的法律风险。

6.8展会知识产权风险应对措施

i.展会前准备工作。一是了解展会当地知识产权法律制度、政策，监管机构职权，举办地常见维权措施、以往案例等。二是核查

展品所属的专利领域，产品及其包装上的标志是否侵犯他人的商标权，产品说明书、宣传资料和广告资料是否侵犯他人的版权。三是提前准备合法有效地知识产权权属证明、主体身份证明文件，解决潜在知识产权风险的证明材料，反制他人的材料等。四是查询与参展产品关联较大的知识产权是否已在展会举办国经海关备案。

ii. 参展期间被送达临时禁令的应对措施。一是认真了解禁令的具体内容，申请人是谁、被申请人信息是否正确、禁令依据的知识产权、禁令命令的内容。二是保存好所有相关文件和证据，包括临时禁令文件、参加展会的证据、与原告企业的过往联系等。三是认真履行临时禁令，无论是否认为侵权，都要配合执法履行禁令，撤下被控侵权产品、相关宣传资料，缴纳保证金。四是确认评估侵权状态，确认己方侵权，协调对方以求达成和解；确认己方不侵权，对临时禁令提出异议，请求撤销、提出赔偿，发起无效的程序。

6.9 “337调查” 风险应对措施

i. 337调查释义。337调查是指美国国际贸易委员会（International Trade Commission, ITC）根据美国《1930年关税法》第337节的规定，对进口贸易中的知识产权侵权行为以及其他不公平竞争行为进行的调查和裁决。其目的是禁止不公平竞争行为或阻止任何不公平贸易行为进入美国市场。

ii. 应诉考量。对于“337”调查，积极应诉更为关键，因为根据规则，被申请方如不应诉，自动判为败诉。应诉需考量：是否存在侵权可能、诉讼费用和己方应诉能力。

iii.应对策略。在调查期间，对被诉商品或方法进行改造，对新的商品或制造方法进行规避设计；寻求和解，获取使用许可；提出无效抗辩、提起反诉。

如企业有海外知识产权风险防范诉求或建立海外知识产权风险防控工作制度的指导需求，提出海外知识产权维权援助申请。山东省海外知识产权纠纷指导中心淄博分中心向企业介绍基本情况及相应策略，根据情况邀请海外维权专家，组织召开座谈会，为企业提供海外知识产权风险防范建议，提供专业、公益的咨询和指导服务。