**圆桌对话 知识产权助力中国品牌走出去**

各位嘉宾各位来宾，大家下午好！我是来自深圳国际跨境电商协会的郭棕蕙。在这里广告三分钟，GFA是国际电商协会的平台，未来有机会大家在一起分享，时间关系不在这里罗嗦。

 我们今天对于这次的圆桌会议，是知识产权如何助力中国品牌走出去，我们请到了业界的知名企业或平台的负责人，他们就是台上的四位嘉宾。本次大会不只是深圳人的盛会，也是全中国人的盛会，更是国内外华人的盛会，所以主办方不但请到了本土的专家，也请到了海外的专家，借助大家的掌声给主办方表示感谢！

 下面我对嘉宾做一个简短的介绍，陈总您好！火名网合伙人，擅长企业知识产权全球化全方位多维度的立体保护；胡总是深圳7号网总裁，从事知识产权管理20年，经验丰富，擅长企业知识产权营销与竞争策略规划及诉讼与纠纷，与处理超过300家以上的知识产权诉讼案件，在知识产权保护具有非常大的影响力，我听说深圳的知识产权界排名前五位，大家掌声给力一下。来自常州的汤总是江苏佰腾董事长，主要提供专业一体化服务，是国家级先进集体。能为企业提供从专利布局，应用管理保护交易专利产品的一体化服务。最后一位曾律师，曾可莹律师是台湾理律法律事务所资深合伙人，台湾网络资讯中心国际关系委员会委员，从事知识产权保护超过半个世纪，协助业界全球产权规划，代理处理各种知识产权纠纷，为台湾最大的知识产权所。

 从以上嘉宾的介绍看来，我们主办方是花了很大的心力，从各个维度请来相关专家一起交流，品牌、知识产权如何助力中国品牌走出去。另外就是企业要走出去，重视知识产权保护和不断创新也是唯一的出路，只有这样才能提高产品质量和含量，才能在国际贸易中掌握话语权，不然只能被动捱打。

 上一轮嘉宾说大数据是生产力，我要在这里讲，中国的知识产权就是我们品牌的竞争力，只有竞争力才有生产力。

 目前很多国内企业在国内市场刚刚站稳脚跟，准备开拓海外市场时发现自己的商标已经被抢注了。我们能给他们提供什么样的服务和意见，避免类似的事情发生？有请陈总回答！

陈杨：首先想到知识产权知识问题，第一个要聊的就是观念上的问题，因为国人跟国外的人，从知识产权的认识上会有一些观念上的差异，比如说我们现在国内的人，让他花500万买个房子，他可能一掏出来马上就买，但是如果让他花500万去做知识产权布局，我估计会有90%以上的企业舍不得去花这笔钱，这就是从一个产品对东西的价值认知度的差异化。

 国外因为在知识产权已经能够做到资本化、资产化去运作了，能够充分地应用到这块的价值，能够得到一些体现，所以他们的资产体系，我们国内的人走出去的时候通常就在这方面受到障碍，因为我们从这方面的投入和产出根本就没有达到他们那个高度。这就是我们国内的朋友、商家、卖家走出去碰到的第一个问题。

 讲完知识产权关于它的价值认知，还有我们要价值评估之外，接下来就是关于品牌走出去，我个人对企业一个品牌建设的理解，我是这样的看法，把它分成两个维度，一个是横向维度，一个是总向维度。横向维度的话，我们的品牌走出去，首先我们可以有两个原点，一个关于品牌产品是销往哪些国家，这是我们第一个维度的原点，第二个原点就是我们的产品在发达的国家，因为发达的国家体制比较完善，而且侵权成本也更重，所以这也是一个维度的原点。为什么我在这个问题会有两个原点，我曾经问过一个朋友问题，他说我申请了非洲的商标，到时候维权怎么样，这是一个很有趣的问题。

 另外一个维度就是它的产品在非洲，在有一些其它国家卖得很好，但是在其它发达的国家，它的品牌被别人抢注了，这就是另外一个很重要的问题。

 关于纵向方面的品牌建设，大家都知道，商标是分成45个类别，每个类别代表的东西都不一样，对于一个企业的品牌建设，一个商标我往往有四个建议，就是建议分四步来走。第一步就是咱们所生产的产品，所销售的产品是属于什么类别的，第二步才是这个产品上下游关联，以及我们未来可能会涉及到的这些类别。第三步就是接下来比较热门的类别，比如说王老吉是做饮料的，那它不生产陶瓷，但是如果说未来万一有一天别人把它申请在马桶上面，这样就会对它的品牌有很大的打击。第四步才是考虑全方位的品类保护，这就是我对于纵向跟横向整个品牌保护的体系。

 综合这些，说到底，咱们企业主要做的是什么，不是说对整个品牌有多深入的研究，而是说第一，咱们要有这个认识，第二就是要找到足够足够专业的顾问，来给你做好这件事情。

主持人：陈总让大家从四个步骤让大家有品牌意识，当然我们的品牌氛围和环境也需要大家共同来维护，上到政府，下到行业组织，以及各位在座的企业家。谢谢陈总的回答！

 第二个问题就是专利也是难点问题。专利可以说是知识产权的核心也是难点部分，但是很多企业不清楚自己已经涉足产品领域的核心技术了，更不懂得怎么转化为专利。胡总，您对这些企业邮什么好的建议，能帮助这些企业及早将相关技术上升为专利技术？

胡海国：我确实有20年的知识产权经验，2000年在深圳做知识产权，在开始这个话题之前，我声明两点，第一，最近有个7号网被关闭了，是广州的，是卖产品的，去年网警还到我们这调查了，说是不是一家，我们跟它毫无关系，先声明一下。我们也在投诉，什么时候把深圳7号网和广州7号网分开一下。

 第二个，我们排前五，我想应该说明一下，应该排一二，因为公司人员现在比较多，但都是做知识产权的，现在都在做布局。您刚才讲的课题，其实挺大的，完全作为一种学科了。针对我们的跨境电商企业来讲，它有独特性，跨境电商更多的，首先来讲最开始的时候首先是有产品，第二个方面就是有渠道，第三个方面是有品牌。所以品牌更多的是通过商标作为载体，通过商标载体以后，再通过质量或者是声誉，各种各样的内涵来做外延，所以就形成了一种品牌。但绝大多数或者很多企业，跨境电商企业忽略一个问题，就是技术保护这一块，技术保护这一块比较复杂，首先它是否可以通过法律保护，或者通过专利去保护，专利保护一方面是怎么样形成专利，因为很多人不知道，一个技术如何形成专利。至今这个时代，还有很多研发人员说有两个误区，第一个误区认为专利太复杂了，觉得专利很高深，认为专利是很神秘的事情，实际上是错误的观点。第二方面就是专利太普通了，这也能成为专利技术吗，一个很简单的东西也能成为专利技术吗。

 举个例子，我们现在吉列的剃须刀，它通过专利的转化跟技术的结合，形成专利，150多项专利，光一个刀片和刀架结合在一起，就有150多项专利，没有人敢侵它的权，从高精尖的角度来讲觉得太普通了，没有必要去申请。

 第二个是如何转化为专利的问题，比较简单，你只要有新的想法，或者是能够实现的技术效果，以及理论上可执行的方案，你就可以通过语言的转化，形成专利法相关的文本文件，在权力保护范围就形成专利了；在这个过程之中要找一个相对严谨专业的知识产权服务代理公司，有专门的团队，这个团队需要几个方面：第一个方面就是你需要找到你专业对口的人，这个专利人员或者专业律师是学生化领域的，或者去做计算机网络的，做通讯的，他可能对这个技术不熟悉了。第二个，学网络通讯的人去写生化领域的专利，那也不熟悉了，所以要找到对口专业的人员去做，把技术理解出来。第二方面，要对法律充分了解，对法律以及对诉讼经验要充分了解，通过了解，再把技术圈定合适的专利保护范围，又能使它授权，又能使权力稳定性很高，后端使它维权，这是一个系统性的全流程的保护。

 第三方面就是专利授权以后怎么使用，有在国内和国外使用，还有前面讲的，就是这个使用的问题，维权这一块，以美国同仁刚才在上面讲，侵权了怎么下架，这又是一个大课题。第二步的时候，专利授权的时候，申请专利如何授权的时候，又涉及到另外一个课题，因为我们行业相关，跨境电商，除了中国申请，你还要考虑是否到相关国家去申请专利，因为毕竟产品是外向型的。这种申请国际专利的情况，一般通过两种方式，一个是通过PCT的方式，12个月之内申请PCT，另外在30个月之内，通过PCT的国际程序到各国家和地区去申请，跟我们跨境电商有一个很大的好处，建议通过PCT，因为时间会比较长，首先保住申请国际专利的权益，在后面考察到底是否要申请各国家的专利，可以省一大笔费用，首先要保障国内的权益，第二要保障从国内向国外申请国际专利的权益，是否真正申请国际专利，需要市场去判断。

 刚才说的第三个问题就是怎么维权的问题，因为时间关系不展开了。第一个是怎么样保护技术，有很多时候，有一个问题，我这个技术一申请专利就被公开了，那怎么办？有时候我建议有一些特殊的技术，不要申请专利，通过技术秘密保护就可以了。比如我们最大的，像可口可乐配方，全世界也就几个人知道，到目前也不知道它的独特配方到底是什么，原液都是拿到广州，再进行广州封装，我们现在也不知道它的真正配方有哪些成分。当然不要想得像药酒一样的，六七十种成分。但是终归一点，跨境电商除了保护品牌，一定要通过专利保护技术。

郭棕蕙：谢谢胡总，术业有专攻，请专业的人讲专业的事，做专业的事，现在是必不可少的。

 知识产权这一匹，你的专利也好，还是商标也好，早期的人都懂圈地运动，我们现在的人也要懂圈地运动，把自己管辖范围的东西，早早圈下来。你看现在也流行大数据平台，都有数据，都想往自己碗里面扒，你自己的东西都不知道圈下来，人家到你碗里抢东西可以吗。

 下一个问题，产品是专利的载体，另一方面，专利又是构建产品核心竞争力的利器，如何借助专利推广自己的产品，也是很多企业需要面对的重要课题。听说江苏佰腾已经在这方面作出了常识折算，借助专利展示协助企业推广产品，助力出口企业产品走出去。有请汤可权总！

汤可权：非常感谢主办方给我这样一个机会，我来自江苏常州，我们公司名字叫佰腾科技，一提到这个名字，实际上佰腾就是专利的谐音，所以我们公司是搞专利的，是提供专利一体化的服务，很荣幸今天也跟我们7号网和火名网的老总一起，谈知识产权服务企业创新，服务企业的品牌走出去这样一个话题。

 本来是今天晚上我要赶到广州，看来今天晚上还有事，我明天早上赶到广州去参加广交会，今年商务部给了我们一个名额，参加广交会的名额，为什么商务部会给我们参加广交会的名额呢？因为我们做了一个平台，叫中国专利产品出口平台，这是得到商务部的支持的，是我们去年的6月28号上线的，所以商务部认为我们这个事情做得非常好，因为中国这几年持续的创新，我们有很多的产品，再加上中美的贸易站非常激烈。贸易站的核心就是知识产权的竞争，为了证明我们中国的产品也是有自主知识产权的，所以商务部给了我们一个名额，来参加广交会。

 我们做了个什么东西呢？也就是我们广东也好，我们江苏也好，都是全中国经济最发达的两个地方，也是创新能力最强的两个地方。前几年我们江苏每年的专利申请量是全国第一，去年包括今年，广东超过我们了。我们佰腾科技也做知识产权服务近十年时间，在服务的过程当中，实际上我们跟很多的企业家交流，跟很多的老板交流，老板就说了，我最关心的是我的产品销售，最关心我的市场，你做专利能给我带来点什么？做专利申请要花钱，第二个，每年专利的维护要花钱，怎么体现专利的价值。我们也在不断地动脑筋想办法，老板提出了这个课题，我们怎么办呢？

 后来我想，我们不是有专利吗，专利是体现技术的创新，技术创新最终目的要落到哪儿？必须要落到产品上，只有通过产品才能体现你的技术创新，所以有一个落地的问题，所以我们团队研究来研究去，我们为什么不做一个专利产品呢，阳澄湖大闸蟹有背书，我们佰腾科技有专利大数据云平台，我们为什么不跟企业的产品来做专利的背书呢，所以想到了我们做中国专利产品出口平台，也就是专利产品的汇聚。讲起来很简单，你有专利大数据的平台，你一个企业这个产品有没有专利，是什么专利，通过我们的平台进行验证，验证以后我给你一个验证的证书，同时给你一个二维码，这个二维码企业可以拿来贴在产品上面，也可以在我们平台上进行展示，所有的用户扫一下你的二维码，就可以看到你这个产品有没有专利，是什么专利，是哪一个国家的专利，专利的法律动态怎么样，专利的说明书怎么样，等等所有的情况一清二楚。实际上某种情况下就是给产品背书，证明我们这个产品是好的产品，是自主创新的产品，我们做完以后，去年十九大期间，国家知识产权局袁局长专门到我们公司去看了我们的平台，给予了充分的肯定。他说佰腾这个点子比较不错，我们一直讲专利产品，很多企业把专利号并在产品上面，但是那个不是第三方背书的，所以它的权威性也不能得到保证。第二它不是实时的，有一种验证的手段，因为我们通过二维码，它可以实时的验证，它说你这个做法是对专利法第17条，专利实施细则把83条的互联网的运用。一个是提高企业的竞争力，我们今天讲品牌，很多企业产品也要有品牌，我给你做一个专利产品的背书，这也是提升我们产品的品牌，对产品赋能。所以他说，第一点，给我们上家提高它的核心竞争力，产品的竞争力。第二有效规避知识产权的风险；第三个告诉相关的竞争对手，你不要盲目地侵我的权，你要侵我的权，我会通过专利打你，这个我们有很多的，现在已经有很多的案例了。我们有一家企业，是做电蚊香炉的，它做了一个非常漂亮的蚊香炉盒子，我们平时家里面点蚊香又不安全又不美观，它做了一个很好的东西，一推出来以后，在淘宝上卖，卖了以后仿冒的非常多，因为是爆款，所以大家又容易做，就是一个外观专利，但是做得很漂亮，所以防制的很快。然后找我们贴了一个标，就是专利产品的标，贴了这个标以后，把这个标发给淘宝，这个产品我是有专利的，其它人家是没有专利的，其它的必须要下架。真的淘宝按照它的要求，把其它的下架了。怎么办呢？就找它商量，你能不能许可我，我每天向你交钱，你许可我，你不要把我们的财路断了。后来他想想也是，自己也来不及生产，市场很大，他通过专利许可的方式收许可费。

 我们做专利产品的验证服务，后面还会延伸到专利产品的电商服务，我不光给你提供专利产品的验证，我们验证没用，老板关注市场，我逐步建立电商平台，这个平台专门卖我们中国的专利产品，只有专利产品才能卖，不是专利产品不能卖，这也帮助我们企业打开市场渠道，因为现在实体经济非常困难，通过我们这样一种鼓舞，既提升企业的产品品牌，给产品赋能，同时又帮助企业来拓展它的市场。我想这种知识产权的服务方式，老板还是比较欢迎的。

 我们现在也在全国布局，很多机构也在跟我们谈合作，跨境电商的机构也好，知识产权的机构也好，愿意合作的，可以共同来推动市场的建设。

 我就说这么多！谢谢！

主持人：谢谢汤总，汤总是圈地运动，搞了一个知识产权的大数据平台，让各种企业家很快在里面挑选到我的产品有没有被人抢注，抢注之后我要做的话，怎么样做。

 目前我们走出去的企业有不少对国外的法律缺乏了解，加上国内专业的知识产权人匮乏，使得企业走出去的过程中很容易碰壁，这个问题怎么解决？

曾可莹：谢谢各位嘉宾，我是台湾来的，非常荣幸有这个机会跟大家分享台湾的经验。首先我觉得这个题目有一点严肃，但是其实答案有一点明确，有一点简单，其实答案就是台上的专家们的答案。如果你的企业想要出去海外，不了解海外的法律的话，你又觉得国内的产业不足，你就要善用专家、善用平台，善用提供咨询服务的人。我觉得这是一个简单的答案，等会再跟各位详细阐述。

 首先听到可口可乐四个字，可口可乐进台湾的时候需要申请商标，是李玉（音）帮它申请的。

 刚刚提到专业人士，我今天在中国参加会议，但是我花很多时间跟台湾的客户协商一个法律服务的价格。我觉得有些钱该花就要花，需要的时候就需要找专家，与其一开始的时候没有好好地去保护一个商标，保护专利，后来被人家告侵权，要花很多钱去处理诉讼，甚至要赔款，我觉得这得不偿失，所以在一开始只要离开海外的时候，就应该想好海外的一些海外布局的规划，这时候专业的人士需要，因为只有专业人士才能告诉你正确的法律和管道。比如我们长期代理海外的客户进台湾，我发现一个情况就是说，当他们的公司部门在跟我们的公司部门讨论他们在台湾要怎么设点的时候，可能花一两年还没有讨论出来怎么设点，其实他们的知识产权部门，已经在台湾登记注册好他们所有的商标跟专利了，我常常发现在这个部分是有时间差。海外的品牌推广，他们往外推广的时候，他们的知识产权部门的动作是比其他部门的动作快，他们在推事业的时候，都是先推知识产权，先去把商标拿下来，先登记专利。比如说台湾有一个很有名的五十岚牌子，但来到内地已经被申请了，所以专名改名叫一点点，所以回台湾没有人知道什么是一点点。

 另外就是专利的例子，过去几年内地的同胞们用手机的时候可能想要买HTC的手机，因为它代表一种荣耀，类似国产的概念，可是现在大家都用小米跟华为的手机了，这跟品牌的运作或者经营有关系。不过我看过一篇报告，把HTC申请的专利跟三星、苹果这几个手机大厂的专利数量比较的时候，HTC比其它厂的专利数量大为少。

 所以我觉得，像这两个例子可以给大家一个经验，就是不管在商标的登记或者专利的登记，这些投资，也就是代表了你对品牌的竞争力，你对品牌有多大信心，怎么样让它在国际市场上能够更加有竞争力，这些都是有需要的。

 可能一般的小企业在一开始离开中国要出海的时候，我刚刚提的可能费用很高，但是我觉得还是有一些情况可以去利用的，比如说在台湾的时候，我发现世界各国，不管是西班牙，或者是东南亚的国家，甚至韩国，他们希望台商出去的时候，他们会在台湾设代表处，代表处就会提供一些免费的服务。所以当你想要了解那些国家的法律情况的时候，他们随时会派人跟你接触，然后做一些服务，所以我觉得在台湾有的话，在中国应该也会有类似的管道。如果你需要在出海的时候，之前至少对当地的法规有个基本的认识。之前的律师就跟大家介绍了美国专利基本财产权的知识，这也是基本的管道。

 台湾如果侵犯商标权或者著作权，是刑事责任，不是拿钱可以解决的事，所以有一些时间花法院，在检察官前面，跟检察官说话我们不是故意的，不要起诉我们。因为刑事责任对企业主的责任压力特别大，因为不是钞票花光就可以回来。所以我会建议说，在出海之前，至少你在了解当地的法规的时候，先了解它的责任是刑事还是民事。这两个会给你一个了解度，你在当地的财产权要怎么把握，至少在出海之前这些基本的观念要有，接着找专业人士为各位提供服务。

 谢谢！

主持人：中国越来越强大，在座有美国朋友，中国跟美国在争世界第一合第二的时候，企业家也要遵从这个发展的趋势，如果你能节省时间，就是你有了知识产权这个落地，你会节省很多时间成本、机会成本，还有你自己产品的成本，我觉得早期的法务也好、财税也好，小成本的支出我觉得是应该的，必然的，必须的。首先谢谢四位嘉宾的回答！

 从以上嘉宾的解答中不难看出，陈总比较侧重知识产权全球化的获取和全方位的保护，胡总是比较擅长企业知识产权营销与竞争策略规划以及诉讼和纠纷，这跟你20年的经验分不开。你可以多维度从高到低，多层面的去剖析这些问题。汤董是比较擅长知识产权专利机构平台的搭建，以及大数据的服务。曾律师是在法律层面服务各企业。

 四位从市场本身，对知识产权的客观需求，以及知识产权对企业拓展市场的神助力，还有知识产权专利、平台，助力企业走出去的必要性，以及法律层面，如何为企业的知识产权保驾护航，多维的地剖析了知识产权助力中国品牌走出去的重要性，必要性以及势在必行的趋势性。希望在座的各位企业家收益良多，结合以上嘉宾的解答，对自己的企业内部做好相应的调整，在知识产权维护上，能够稳步前行。

 最后问一下各位嘉宾，怎么理解知识产权在国际贸易中的重要性，如何通过知识产权助力品牌走出去？

胡海国：外国人制订了知识产权的游戏规则，在1985年的时候，专利法引进中国实施，当然，商标品牌这个意识在国外就有了，这几年跨境电商的兴起，国际化平台、国际化贸易的发展，中国人店家第一方面要学会游戏规则，加入到游戏规则里去。再反过来，我们怎么样以他们的游戏规则去打败他们，这是我的建议。

 知识产权它的竞争是全方位的，未来贸易商业的竞争，除了商业模式、价格、产品以外，知识产权的竞争会成为一个重要的筹码，所以在座各位企业家，不管是小公司也好，还是大公司也好，一定要学会游戏规则以及玩法，里面获取相关的利益。

 谢谢！

主持人：知识产权在商标和专利方面，体现了企业的软实力，这种软实力没办法用一种有形的东西去度量，只有在未来市场拓展的过程中，才有深刻的体会。所以我觉得中国有个成语叫未雨绸缪，我觉得这还是必要的，特别是中国的制度越来越完善，也慢慢会成为一个游戏规则的制订者。最起码现在大家感觉最棒的就是人民币已经开始在国际通行了，这个大的方向都有了，我们作为行业也好，行业组织也好，企业也好，我们要与时俱进，迎合大环境的需求。

 下面进入问答环节，看看在座的企业家有没有实际的问题跟四位嘉宾交流。

 那我们会后再交流！今天的圆桌会到此结束，谢谢各位嘉宾！