



知识产权争议处理典型案例指引丛书
ZHISHICHANQUAN ZHENGYI CHULI DIANXING ANLI ZHIYIN CONGSHU

GUOJI ZHANHUI ZHISHICHANQUAN JUTEN
WENTIYANJIU

国际展会 知识产权纠纷 问题研究

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

广 度

从专利权、商标权和著作权三个方面探讨国际展会知识产权保护的救济措施；对于部分展会知识产权纠纷，从反不正当竞争法的角度进行分析，寻求救济，使读者全面了解国际展会知识产权问题及保护路径。

深 度

对我国有关国际展会知识产权的立法现状进行分析，进一步深入制度构建的层面，针对国际展会知识产权纠纷的解决建言献策。

特 色

将国际展会中存在的知识产权纠纷问题类型化，根据其不同特征，试图构建出国际展会知识产权侵权的认定标准，为国际展会知识产权侵权的规制及国际展会知识产权保护提出参考性建议。

内 容

具有全面性、体系性和实务性，比较全面地阐述了国际展会知识产权纠纷问题的规制措施。



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



知识产权争议处理典型案例指引丛书
ZHISHICHANQUAN ZHENGYI CHULI DIANXING ANLI ZHIYIN CONGSHU

国际展会 知识产权纠纷 问题研究

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

GUOJI ZHANHUI ZHISHICHANQUAN JIUFEN
WENTI YANJIU



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

国际展会知识产权纠纷问题研究 / 刘华俊著. —北京: 知识产权出版社, 2018.5
(知识产权争议处理典型案例指引丛书)

ISBN 978-7-5130-5473-7

I. ①国… II. ①刘… III. ①展览会—知识产权—民事纠纷—研究 IV. ①D913.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 052096 号

责任编辑: 孙 昕

文字编辑: 吴亚平

责任校对: 谷 洋

责任出版: 刘译文

知识产权争议处理典型案例指引丛书

国际展会知识产权纠纷问题研究

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

社 址: 北京市海淀区气象路 50 号院

责编电话: 010-82000860 转 8111

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

印 刷: 三河市国英印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2018 年 5 月第 1 版

字 数: 246 千字

ISBN 978-7-5130-5473-7

网 址: <http://www.ipph.cn>

邮 编: 100081

责编邮箱: sunxinmlxq@126.com

发行传真: 010-82000893/82005070/82000270

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 14.25

印 次: 2018 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

《知识产权争议处理典型案例指引丛书》 编委会

主 编：马 放

副 主 编：孙 玮

执行主编：李 娜 高 强

编 委：赵 辉 杨 璐 许彬彬



序 言

随着知识经济时代的到来，经济增长愈来愈依赖知识的生产。与自然经济、工业经济相比，知识经济更为注重脑力劳动，智力创新在促进经济发展过程中起着核心作用。国际性的展会伴随着经济全球化的脚步应运而生，其不仅是企业向外界展示自身形象的平台，使企业挖掘潜在客户增加盈利，亦是企业之间相互借鉴学习的平台。但这种展示和借鉴学习在经济利益的驱使下，有时会演变成恶性竞争，导致侵犯专利权、商标权、著作权以及商业秘密等行为。因此，有必要将国际展会与知识产权结合起来研究，从而为国际展会的知识产权保护提供理论基础与实践指导。来自复旦大学、中国科学院上海科技查新咨询中心和上海社科院的诸多专家学者以及知名律师事务所的资深律师参与了本书的设计与讨论。

在广度上，本书着眼于国际展会知识产权纠纷，分别从专利权、商标权和著作权三大方面论述国际展会知识产权保护的救济措施，对于知识产权不能保护的其他权利，又从反不正当竞争法的角度对国际展会知识产权保护问题进行了分析。通过全面剖析，使国际展会在信息知识背景下得到长足的发展。

在深度上，本书深入制度构建的层次，对我国有关国际展会知识产权的立法现状进行了分析，并针对现有问题提出了建设性的建议，对我国法律体系的完善具有重大意义。

在体例上，本书在对国际展会知识产权纠纷进行论述时并没有局限于国际展会知识产权纠纷现状，而是从现象入手，对国际展会知识产权纠纷的侵权类型进行提炼概括，并对侵权认定的要件进行归纳总结，进而从理论回归实践，在分析典型案例的基础上提出建议。这种从现象出发，深入理论又联系实际的论述方式，由浅入深，不仅符合读者的认知和逻辑，也为国际展会知识产权纠纷的解决提供了思路。

本书的作者有着深厚的知识产权理论功底，同时在处理国际展会知识产权纠纷领域中积累了丰富的实践经验。在上海现代国际展览有限公司与上海广告设备器材供应商协会主办的历届上海国际广告展览会上，由本书作者所带领团队处理的诸多知识产权纠纷，获得如潮好评，为后续的国际展会营造了一个展品优良、品牌丰富、竞争有序的环境。本书的特色在于其着眼热点问题，是我国国际展会知识产权纠纷理论分析以及纠纷解决实践操作的集大成者，融理论与实践为一体，对处理我国国际展会中出现的知识产权纠纷和培养更多具有体系性、全面性、实务性和专业性的知识产权人才具有重要价值和参考意义。

张定国

（作者系全国会展业标准化技术委员会委员、
中国会展经济研究会展览设计与搭建委员会主任）

2017年2月



第一章

国际展会知识产权纠纷概述

第一节	国际展会与知识产权	003
第二节	国际展会知识产权纠纷之特征	018
第三节	国际展会知识产权纠纷之解决方式	033
第四节	国际展会知识产权纠纷解决之目的	039

第二章

国际展会中的专利权纠纷

第一节	国际展会专利权纠纷现状	047
第二节	国际展会专利权纠纷处理存在之问题	051
第三节	国际展会专利权纠纷实例之分析	054
第四节	国际展会专利权纠纷处理建议	062

第三章

国际展会中的商标权纠纷

第一节	国际展会商标权纠纷现状	074
第二节	国际展会商标侵权种类及特点	082
第三节	国际展会商标权纠纷案例之分析	099
第四节	国际展会商标权纠纷处理建议	112

第四章

国际展会中的著作权纠纷

第一节 国际展会著作权纠纷现状 121

第二节 国际展会著作权侵权之形式 129

第三节 国际展会著作权侵权之认定 134

第四节 国际展会著作权纠纷案例之分析 137

第五节 国际展会著作权之责任主体 147

第五章

国际展会中的不正当竞争纠纷

第一节 反不正当竞争法与国际展会 155

第二节 国际展会反不正当竞争纠纷之种类 160

第三节 国际展会不正当竞争纠纷救济之分析 179

第四节 国际展会不正当竞争纠纷问题探讨 182

第六章

我国国际展会知识产权保护制度之建议

第一节 我国国际展会知识产权的立法建议 187

第二节 关于我国国际展会诉前禁令制度的建议 198

第三节 关于我国国际展会知识产权侵权赔偿额度的建议 206



第一章

国际展会知识产权纠纷概述

- ◎ 国际展会与知识产权
- ◎ 国际展会知识产权纠纷之特征
- ◎ 国际展会知识产权纠纷之解决方式
- ◎ 国际展会知识产权纠纷解决之目的

第一节 国际展会与知识产权

一、国际展会的概念

(一) 展会的含义

1. “展”与“会”

《福州市展会管理办法》规定,“展”是指主办单位通过招展方式引入参展商,在固定场所以及一定期限内,通过物品、技术或者服务的展示,进行产品、服务贸易和信息、技术交流的商业性活动;“会”是指在固定场所及一定的时间内,召开与展览有关的大型会议,由各类部门、行业组织、企业主办的展中论坛、研讨会、订货会等活动。^①《福州市展会管理办法》于2011年8月31日福州市人民政府第29次常务会议通过,在法律效力级别上属于地方政府规章,虽然效力上没有法律、行政法规层级高,但在法律法规层面上单独针对“展”与“会”两个单字进行定义,明确其内涵及外延尚属个案,这恰恰说明该办法对“展”“会”给予了高度重视,也从侧面反映了展会的重要性和特殊性。

从字面意思解释,笔者赞同前述“展”的解释,但认为“会”还含有另外一层意思,即会合,众人为了实现某一目标而汇聚在一起,进行交流。因为从展会这个词组来看,参展商和观众在主办单位的主持下会合到某一固定的展馆开展特定的活动,这里活动既包括展品展示、服务展示,也包括各种宣讲会、交流会、新品发布会、代理加盟招商会等。因此笔者认为对“会”作两方面的解读,即会合、会议,更能体现“展会”一词的含义。

2. “展会”

按照字面解释,“展会”系展览与会议、会合的统称。根据《新华词典》的定义,

^①《福州市展会管理办法》第2条规定:“本办法所称的展会:(一)‘展’是指主办单位通过招展方式引入参展商,在固定场所以及一定期限内,通过物品、技术或者服务的展示,进行产品、服务贸易和信息、技术交流的商业性活动。(二)‘会’是指在固定场所及一定的时间内,召开与展览有关的大型会议,由各类部门、行业组织、企业主办的展中论坛、研讨会、订货会等活动。”

展览系指“把东西摆出来供人观看”，而展销则为“用展览的方式销售”。^①《辞海》则认为，“展览会”是用固定或巡回的方式，公开展出工农业产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片，以及各种重要实物、标本、模型等供参观、欣赏的一种临时性组织。展览并举行销售活动的，习惯上称为“展销会”，组织许多国家、地区参加的产品展览会，则常称“博览会”。^②结合商务部、国家工商行政管理总局、国家版权局、国家知识产权局四部委2006年公布的《展会知识产权保护办法》可知，展会的常见表现形式包括各类经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等。^③

《南宁市展会管理条例》（2016年修正）将“展会”定义为：举办单位以招展的方式在固定场所和预定期间举办的物品、技术和服务的展览、展销等商务活动，包括商品展销会和其他商务展览。^④

《广东省展会专利保护办法》则将“展会”定义为：展会主办方以招展的方式在固定场所和预定时期内举办的以展示、交易为目的的展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动。^⑤但下列展会除外：（1）经营者为推介自己生产或经营的

① 参见商务印书馆辞书研究中心修订：《新华词典》，商务印书馆2002年修订第3版，第1235页。

② 夏征农：《辞海》，上海辞书出版社1999年版缩印本，第1299页。

③ 《展会知识产权保护办法》第2条规定：“本办法适用于在中华人民共和国境内举办的各类经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动中有关专利、商标、版权的保护。”

④ 《南宁市展会管理条例》（2016年修正）第3条规定：“本条例所称展会，是指举办单位以招展的方式在固定场所和预定期间举办的物品、技术和服务的展览、展销等商务活动，包括商品展销会和其他商务展览。”

“本条例所称举办单位，包括主办单位和承办单位。主办单位是指负责制定展会实施方案和计划，对展会活动进行统筹、组织和安排，并对展会活动承担主要责任的单位；承办单位是指接受主办单位委托，负责具体展会事项的单位。”

⑤ 《广东省展会专利保护办法》第2条规定：“本省行政区域内举办的展会活动中有关专利的保护，适用本办法。”

“本办法所称的展会，是指展会主办方以招展的方式在固定场所和预定时期内举办的以展示、交易为目的的展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动。”

“本办法所称的展会主办方（主办单位或者承办单位），是指与参展商签订参展合同或者其他形式的协议（以下简称参展合同），负责制定展会实施方案、计划和展会专利保护规则，对展会活动进行统筹、组织和安排，并对展会活动承担责任的单位。”

“本办法所称的展会专利投诉处理机构，是指由展会主办方设立的，负责调解处理展会期间专利侵权纠纷的工作机构。”

产品而举办的展销活动；（2）政治性、公益性展会等非商业性展会。^①

（二）国际展会的含义

虽然《国际展览会公约》认为，当有一个以上的国家参展时，该展览会即为国际性展览会。而国际展览会的参加者既包括代表国家官方组织的参展者，也包括国际组织或不代表官方的国外参展者，还包括依据展览会规章被授权从事其他活动的参展者，特别是获得特许权的参展者。^②但该公约明确表示不适用于展期不超过3个星期的展会、美术展览会以及实质上具有商业性质的展览会。^③笔者认为该定义更适用于类似世博会等此类长期、官方的展览会，而不适用于更具市场活力和普遍性的短期展览会。基于本书讨论范围，笔者归纳了以下5点国际展会的基本要素。

1. 展会主办方

展会主办方主要负责租赁整个展馆，然后对展馆进行划分，划分的标准一般都是将行业相同或相近的参展商分配到同一个或几个展馆。主办方一般在展会开始前半年甚至一年就开始向潜在参展商发出邀请，或进行招商、签约，将特定区域的展位出租给参展商。另外，主办方一般在展会开始前一个月左右开始向展会参观者发出邀请，邀请展会参观者参加展会。在展会知识产权纠纷中，主办方的主要作用体现在：（1）制定知识产权纠纷投诉办法或参展手册，告知参展商及展

①《福州市展会管理办法》第3条规定：“本办法适用于本市五城区内举办的展会活动，但下列展会除外：（一）经营者为推介自己生产或经营的产品而举办的展销活动；（二）政治性、公益性展会等非商业性展会。”

②毛海波：《国际展会知识产权保护研究》，上海人民出版社2013年版，第8页。

③《国际展览会公约》第1条规定：（1）不论其称谓如何，展览会是一种旨在教育大众的展览：其可以展示人类所掌握的满足文明需要的手段，或展示在人类努力奋斗中一个或多个领域所获得的进步，或展示未来的前景。（2）当超过一个国家参加时，该展览会为国际展览会。（3）国际展览会的参加者一方面包括以国家区分的代表官方的国家参加者，另一方面包括国际组织或非代表官方的参加者，以及那些依据相关展览会规定授权实施一些其他活动，尤其是那些获得特许权的参加者。第2条规定：本公约适用于下述展会以外的一切国际展会：（1）持续时间少于3个星期的展览会；（2）美术展览会；（3）实质上具有商业属性的展览会。不管组织者将展会冠以何名，本公约认定注册的展览会与认可的展览会之间存在差异。

会参观者在发现其他参展商涉嫌侵犯其知识产权时,可以通过何种渠道进行投诉,也告知参展商在被投诉时应该如何应对;(2)与参展商签订参展协议,要求参展商承诺不侵犯他人知识产权,甚至有的协议会要求参展商无条件地配合主办方维护知识产权的各项措施,最核心的措施就是立即撤展;(3)主办方在展会期间或展会结束后,为配合权利人维权,可以根据权利人的要求提供涉嫌侵权方在展会存在的各种行为等相关证据,包括权利人维权行为的整个过程,涉案专利、商标、版权作品曾在展会上展出的行为等。随着展会行业的发展,主办方逐渐形成了自己的行业协会,甚至建立了行业内部认证体系。主办方可以通过加入某协会或获得某协会的认可,来证明其在展会知识产权保护上所具备的行业水平。主办方有时可能是一个公司,也可能是两个或两个以上的公司进行的联合,有时还可能会有承办、代理、合作单位来协助主办方顺利召开展会,在国际展会上,主办、承办、代理、合作单位可能来自不同的国家。

主办方对展会标识享有知识产权,展会标识包括展会名称、展会主题词、会徽、会歌、会旗、吉祥物、网站域名等。因此,主办方自身也可能会基于展会标识而产生知识产权纠纷。

2. 展会参展商

参展商在受邀后一般会主动参加主办方举办的展会,通过展会前搭建展台、展会期间展示展品、散发宣传册、现场交换名片、演示产品特性等行为,来实现其参加展会宣传自己或自身产品的目的。结合笔者诸多展会参加经验来说,一般行业龙头或实力强的企业通常占据面积较大、地理位置较为优越的展位,虽然支出的展位费比较高,却换来了良好的企业形象,同时吸引了更多的展会参观者来进行参观。由于其产品或服务具有核心竞争力,导致其会被其他参展商、展会参观者竞相模仿。参展商来自不同的国家是国际展会的一大特点,参展商也是国际展会知识产权纠纷的主要主体之一,虽同时参展,但在知识产权纠纷中可能“扮演”不同角色,有的是侵权方,有的是被侵权方。随着参展商参展次数的增多,参展商自身处理展会知识产权纠纷的能力也会逐渐提升,如有的参展商在展台搭建开始时就在展馆内主动搜寻潜在的侵权方,在展会未正式开始之前就主动与主办方、律师、公证处、行政主管部门、法院等部门或专业人员取得联系,并采取各种措施来维权,包括根据展会手册向主办方投诉,与律师联系进行是否侵权判断、制定维权策略、委托律师发律师函或收集证据,委托公证处对展会可能存在的侵权行为进行公证,向行政主管

部门投诉,向法院起诉等。

参展商主动维权、提前维权是近几年来国际展会知识产权纠纷的一大特点。参展商一般在参展前就会将各种权利证书的原件、复印件都准备充足,因为常规大型国际展会的举办时限为3~7天,如果不主动提前维权,难以在短暂的时间内使侵权方撤展。在展会正式开始前,参展商会收到主办方提供的参展商名册以及具体的展位号,这就为参展商维权提供了极大的便利,可能在展会开始前或之前在其他同行类似的展会上,参展商已经清楚哪些主体有侵权故意,因此从开始搭建展台时就对此类涉嫌侵权方特别关注,一旦发现侵权行为立即维权。来自世界各地的参展商在带来新的展品及设计理念的同时,也可能成为潜在知识产权侵权者争相模仿的对象。

3. 展会参观者

国际展会举办的主要目的就是吸引来自全球各地的展会参观者。主办方搭建展会平台,参展商在平台上表演,吸引展会参观者即展会观众,也是展会人数最多、类型最不特定的主体。展会参观者没有任何资质或能力方面的要求,大部分展会是面向所有展会参观者开放的。但展会参观者在进入展会之前,都要进行登记,一则便于管理,二则便于主办方后续在举办类似展会时继续向之前登记的展会参观者发出邀请。主办方对其收集展会参观者信息而形成的信息数据库应该享有相应的知识产权。参展商是否可以要求主办方对其进行公布,取决于展会参观者在填写个人信息时是否对该行为进行授权以及主办方与参展商的合同是否进行了相关约定。

展会参观者在国际展会上具有天然的复杂多样性,展会参观者可以分为普通参观者和专业参观者。普通参观者可能是展会种类主体中人数最多的主体,但不是展会知识产权纠纷的核心主体。专业参观者由于展会的主题与其密切相关,故国际展会知识产权纠纷多发生在专业参观者身上。普通参观者可能发生知识产权纠纷的领域一般局限于著作权,以及与其相关的隐私权和肖像权保护。除了作为参展商以外,当参展商在参观其他参展商的展品时,其身份定位就会发生变化,此时的参展商身份准确地说就是一名专业参观者。专业参观者的多少及其采购意愿是决定展会效果的一个重大因素,参展商参加展会的核心目的就是吸引专业参观者签订订单。但专业参观者的定义有时会与普通参观者发生转变,尤其是在日常生活消费领域的展会上,专业参观者与普通参观者的区分就不那么明显,因为此时所有可能购买展品的

普遍参观者就“变成”了专业参观者。专业参观者也是发现参展商侵犯知识产权的主力军，尤其在加盟、代理招商中，专业参观者会对参展商的展品或服务是否侵犯他人或自己的知识产权特别关注。

4. 展会展馆

展馆是展会的展出所在地，既要满足参展商搭建展台的不同需求，也要确保参观者的参观安全。在展会知识产权纠纷中，展馆所在地往往是侵权行为发生地、侵权结果发生地。与展会主题密切相关的参展商、参观者来自全球各地，在展会期间汇集在展馆内共同实现展会的目的。在展会知识产权纠纷中，展馆所在地成为无法回避的侵权行为地和侵权结果发生地，这种情况直接导致展馆所在地法院成为展会知识产权纠纷的管辖法院。结合我国实际情况，在北上广举办的各类展会上发生的知识产权纠纷的管辖比较清晰，但在其他地方，当发生知识产权纠纷时，因权利类型不同导致同一地方发生的纠纷，其管辖法院也可能会有所不同，其根本原因在于知识产权的特殊性和专业性。当展会举办地发生在国外时，根据国际公约及举办地所在国的法律，一般展馆所在地法院对知识产权纠纷也有管辖权，此时权利人可以根据自己情况对管辖法院作出选择。

5. 其他展会知识产权纠纷参与方

之所以将其他展会知识产权纠纷参与方列为国际展会的基本要素之一，是考虑到其他参与方对展会知识产权纠纷的发生以及处理有着不可替代的作用。

(1) 行业协会。

行业协会可以分为两大类，一类是主办方的行业协会，一类是参展商的行业协会。行业协会在展会知识产权纠纷处理中的作用日益突出，主办方行业协会可以制定展会知识产权纠纷处理的指导规范，引导展会的主办方更好地处理展会知识产权纠纷。有的主办方行业协会对其会员资格的认定和考核中有展会知识产权纠纷处理能力的要求，这就在一定程度上督促展会主办方要加强展会知识产权保护，积极解决知识产权纠纷。参展商行业协会的存在为主办方招展提供了极大的便利，主办方一般都与各类参展商行业协会保持密切联系，参展商行业协会的会员极有可能成为主办方展会的参展商，参展商行业协会通过协会内部的交流沟通，可以提高参展商展会知识产权维权水平，通过对侵犯知识产权案例的宣传也可以有效避免二次侵权行为的发生。二次侵权行为是指参展商并非侵权产品的生产厂商，通过在展会展出、

销售侵权产品而发生的侵权行为。某产品被认定为侵权产品，通过行业协会会员之间的交流，可以大量减少侵权产品在会员之间的流动、销售。结合笔者多年展会知识产权纠纷处理经验，展会知识产权纠纷有接近 50% 的纠纷是发生在权利人与销售商、代理商之间，如果行业协会能加强展会知识产权侵权产品方面的交流沟通，可以有效减少展会知识产权纠纷的发生。

（2）展台设计方和展台搭建方。

展台设计方和展台搭建方一般是辅助参展商完成展台的设计和搭建。由于展会的时间紧迫、参观人流量大，参展商的主营业务又多与展台的设计搭建无关，而展会的频繁召开就催生了一个新的行业，即展台设计与搭建。因为主办方通常给参展商展台搭建和撤展的时间只有一天或半天，搭建时间有时可能会延长到两三天，但撤展时间一般是半天时间，这就对展台搭建的快捷、安全提出了很高的要求；为了能吸引更多参观者的眼球，合理利用空间，并综合美观、效果等多种因素，委托专业设计师进行展台设计、专业施工队进行展台搭建尤为必要。此时，就可能出现展台设计知识产权纠纷，常见的此类纠纷集中在拖欠设计费和剽窃他人作品两类。实践中出现很多参展商选中某设计师的设计方案，由于各种原因未支付费用而导致的纠纷。

（3）展具的提供方和展项的制作方。

展具的提供方和展项的制作方也随着展会的精细化发展而逐渐进入展会知识产权纠纷的视野。参展商一般是展品的生产商或经销商，对如何宣传自己的展品都有成熟的方案，但展会改变了参展商日常宣传的场景，展会的短期、人多、同行多的特点决定了参展商需要调整自己的日常宣传方案来适应展会的特殊要求。参展商布展和撤展时间非常紧迫，同时为了拓展业务又不得不重复性地参加同行业业务类展会，展具、展项、展品的便捷、易拆装、重复利用等需求促进展览行业的快速发展，展具的模仿、假冒侵权现象也就随之增多。

（4）其他参与人员。

展会知识产权纠纷其他参与人员还包括政府主管部门、律师、公证员、法官等。因为此类主体是常见的纠纷处理主体，所以笔者便不对其展开论述。