

# 企业涉外知识产权合规指引手册

## （贸易型）

2024年5月

# 目 录

一、定义	1
二、概述	3
(一) 制定目的	3
(二) 适用范围	3
(三) 制定依据	3
(四) 违规后果	4
三、术语与概念	5
(一) 专利权	5
(二) 商标权	5
(三) 著作权	5
(四) 商业秘密	6
(五) 其他知识产权	6
1、地理标记	6
2、植物新品种	6
3、集成电路布图设计	6
4、不正当竞争	7
四、重点合规领域	7
(一) 商业合作伙伴管理	7
1、商业合作伙伴资质审查	7
2、商业合作伙伴实时监测	8
3、供应商合规审核	8
4、知识产权合规理念传导	9
(二) 社会与环境责任	9
1、可持续供应链管理	10
2、绿色合规	10
3、知识共享和合作	11
(三) 竞争合规	12
(四) 出口管制合规	12
1、识别军品和两用物资	12
2、开展下游买方合规管理	13

3、出口管制敏感国家交易管理 .....	14
<b>五、合规管控工作指引 .....</b>	<b>15</b>
(一) 专利 .....	15
1、采购 .....	15
2、营销与销售 .....	17
3、技术进出口 .....	20
(二) 商标 .....	21
1、商标申请 .....	22
2、销售和营销 .....	25
3、平行进口 .....	28
(三) 商业秘密 .....	29
1、商业秘密人员管理 .....	29
2、商业秘密信息管理 .....	30
3、商业秘密侵权风险管理 .....	31
(四) 著作权 .....	33
1、官网设计 .....	33
2、宣传报道 .....	34
3、日常办公 .....	34
4、广告宣传和包装设计 .....	36
(五) 其他知识产权问题 .....	36
1、跨境电商知识产权 .....	36
2、展会知识产权 .....	40
3、不正当竞争行为 .....	43

## 一、定义

除非本指引另有明确规定或上下文另有要求，本指引中的名称和词组具有如下含义：

“合规”，指企业经营管理行为和员工履职行为符合国家法律法规、监管规定、行业准则和国际条约、规则，以及公司章程、相关规章制度等要求。

“合规风险”，指企业及相关从业人员在从事产业活动中，因不合规行为所产生的民事、行政、刑事等法律责任，因此遭到相关损失或受到相关处罚或造成其他负面影响的可能性。

“知识产权合规管理体系”，指企业为确保其所有与知识产权相关的业务活动符合法律法规和内部政策要求，而建立的一套系统化的管理流程和控制措施。

“出口管制”，指一个国家或地区对其出口的货物、技术和服务实施的法律、法规和政策限制，通常涉及国家安全、国际关系和贸易控制等方面。

“商业合作伙伴”，指与公司存在任何业务或潜在业务、工作往来的外部法人、其他组织或自然人。这种关系通常建立在共同的目标、互利共赢和资源共享的基础之上。商业合作伙伴可以存在于各个行业和领域，通常包括分包商、供应商、客户、投资伙伴、联合体，以及咨询机构、代理机构、中介机构等其他第三方。

“供应链”，指产品生产和流通过程中所涉及的原材料供应商、生产商、分销商、零售商以及最终消费者等成员通过与上游、下游成员的连接（联动）组成的网络结构；也即是由物料获取、物料加工、并将成品送到用户手中这一过程所涉及的企业和企业部门组成的一个网络。

“尽职调查”，指在商业交易中，对潜在的商业合作伙伴或交易对象进行详细的调查，以评估其合法性、财务状况和声誉。

“商业信誉”，指企业在商业活动中通过其行为、声誉和业绩所建立起来的公众信任和社会认可度。

“专利布局”，指企业在全球范围内针对其创新技术申请专利的策略和规划。

“跨境电商”，指通过互联网等电子方式，在不同国家或地区之间进行的电子商务交易活动，涉及商品或服务的购买、销售、支付、物流、通关、税收等环节。

“展会”，指在一定时间和地点，由主办方组织的展示商品、技术或服务的集会，通常包括展览、交流、洽谈和贸易等活动。

“平行进口”，指未经商标权利人直接授权或许可，将已在其他国家或地区合法销售的商品进口至商标权利人控制的市场，可能涉及商标权利用尽原则的法律问题。

## 二、概述

### （一）制定目的

随着全球经济一体化的深入发展，企业国际化经营已成为常态。不少企业在“走出去”的过程中，由于对涉外知识产权法律法规、国际公约、外国法律、国际规则了解不足，遭遇了诸多风险和挑战。为了帮助企业更好地应对这些风险，提升国际化经营中的合规意识和能力，《企业涉外知识产权合规指引手册》（以下简称“指引手册”）在充分调查、研究的基础上编写完成。

指引手册旨在帮助公司成员全面、系统地识别涉外知识产权的主要合规要素，明确企业在国际业务中应承担的合规义务；深入解析涉外知识产权合规管理的要求和标准，引导企业建立健全知识产权合规管理体系，确保企业在国际市场的竞争中能够合规经营、稳健发展；强化企业员工的合规意识，明确各岗位的合规职责，推动企业在日常经营活动中自觉遵守涉外知识产权相关法律法规，维护企业的合法权益和良好形象，以增强企业的风险防控能力。

无论是初次涉足国际市场的中小企业，还是已有一定国际化经验的大型企业，都可以参考本指引手册，并根据自身的业务需求和实际情况，制定符合企业特点的知识产权合规策略。

### （二）适用范围

指引手册适用于贸易型企业及其所属企业，所有境外子公司和各类实体。企业派驻参股公司经营管理人员，应当通过必要的决策、管理程序和手段，将本指引手册及其精神应用于参股公司的运营。

指引手册为包括董事、监事、高级管理人员在内的所有成员提供行为指引。直接接触知识产权相关业务的公司成员，以及通过决策管理、生产和业务管理、人力资源管理、财务管理等各类管理活动间接接触知识产权相关业务的公司成员，均应遵守本指引手册。

### （三）制定依据

## 1、我国法律法规

我国现行有效的保护知识产权的法律法规主要包括《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国种子法》，以及《中华人民共和国专利法实施细则》《专利审查指南》《中华人民共和国商标法实施条例》《中华人民共和国著作权法实施条例》《著作权集体管理条例》《信息网络传播权保护条例》《著作权行政处罚实施办法》《作品自愿登记试行办法》《计算机软件著作权登记办法》《互联网著作权行政保护办法》《计算机软件保护条例》《中华人民共和国植物新品种保护条例》《集成电路布图设计保护条例》《中华人民共和国对外贸易法》《中华人民共和国电子商务法》等。

## 2、政策性文件

《中共中央 国务院印发知识产权强国建设纲要（2021-2035 年）》《中央企业合规管理办法》《企业知识产权合规管理体系 要求》（GB/T 29490-2023）《关于强化知识产权保护的意见》《规范商标申请注册行为若干规定》

## 3、国际规则

我国目前已加入了大部分知识产权的国际多边条约，包括《建立世界知识产权组织公约》《与贸易有关的知识产权协定》《保护工业产权巴黎公约》《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》《保护录音制品制作者防止未经许可复制其录音制品公约》《关于集成电路知识产权的华盛顿条约》《商标法条约》《世界知识产权组织版权条约》《世界知识产权组织表演和录音制品条约》《专利合作条约》《商标法新加坡条约》《商标国际注册马德里协定》《国际承认用于专利程序的微生物保存布达佩斯条约》《商标国际注册马德里协定有关议定书》《国际植物新品种保护公约》《世界版权公约》等。

### （四）违规后果

公司成员不遵循涉外知识产权合规管理要求，可能导致严重的合规风险，可能给公司造成直接、间接，经济性和非经济性的利益损害。这些损害包括但不限于财产损失、对业务发展的负面影响、对公司与供应商、客户和商业合作伙伴之

间的关系产生负面影响、对公司的经营管理秩序造成负面影响、对公司的对外形象造成负面影响、使公司受到民事诉讼追究、（行政）监管处罚、境外国家监管甚至追究刑事责任。

### **三、术语与概念**

#### **（一）专利权**

专利权是指国家专利主管部门依据专利法，对发明创造人或合法申请人所授予的，在法定期间内对某项发明创造享有的独占权或排他权。未经权利人许可，他人不得擅自制造、使用、销售或为这些目的而进口该专利产品，亦不得使用专利方法或进口、使用、销售由该方法直接获得的产品。专利权的授予范围广泛，涵盖所有技术领域的发明，无论是产品创新还是方法创新，只要这些发明具备新颖性、蕴含创造性，并具备工业实用性。

#### **（二）商标权**

商标权是指对任何能够标识并区分企业货物或服务的标记或标记组合所享有的独占性权利，经国家核准注册的商标为“注册商标”，受到法律保护。所有的商品和服务类似群组共分为 45 大类，相同的商标标识在不同类别上的申请是不同的商标申请。一旦注册成功，商标所有权人便拥有专有权，有权禁止任何第三方在未经许可的情况下，在贸易过程中对与已注册商标相同或类似的货物或服务使用相同或类似标记，尤其是当这种使用可能导致混淆时。

#### **（三）著作权**

著作权，也称为版权，是指由文学、艺术和科学作品的创作者依法对其创作享有的专有权利。这些权利包括但不限于复制、发行、表演、展示、播放以及创作衍生作品的权利。尽管不同国家或地区对于“著作权”的具体定义和范围可能存在一定的差异，但其核心都是保护创作者的原创作品，防止他人未经授权地复制、传播或修改。根据《伯尔尼公约》和《知识产权协定》等国际公约的规定，

著作权涵盖文学、艺术和科学领域内的一切创作成果，无论其表现形式和表达方式如何。

#### **（四）商业秘密**

商业秘密，一般是指不为公众所知悉，能为权利人带来经济利益，具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息，如产品设计、生产流程、配方等，和经营信息，如客户名单、供应商资料、市场策略等。商业秘密是国际上通行的法律术语，有的国家将之称为工商秘密，《知识产权协定》则将其称为未公开信息。

#### **（五）其他知识产权**

##### **1、地理标记**

《知识产权协定》第 22 条第 1 款规定：地理标志是指能标示出某商品来源于某成员地域内，或来源于该地域中的某地区或某地方，该商品的特定质量、信誉或其他特征，主要与该地理来源相关联的标志。地理标志也被称为原产地名称，象征着产品与其原产地的紧密联系，以及由此产生的独特品质和声誉。

##### **2、植物新品种**

《国际植物新品种保护公约》将“品种”定义为“已知植物最低分类单元中单一的植物群，不论授予品种权的条件是否充分满足，该植物群可以是：以某一特定基因型或基因型组合表达的特性来确定；至少表现出上述的一种特性，以区别于任何其他植物群，并且作为一个分类单元，其适用性经过繁殖不发生变化”。一般认为，植物新品种是指经过人工培育的或者对发现的野生植物予以开发，具备新颖性、特异性、一致性和稳定性并有适当命名的植物品种。

##### **3、集成电路布图设计**

根据我国《集成电路布图设计保护条例》与《华盛顿条约》的定义，集成电路布图设计，是指集成电路中至少有一个是有源元件的两个以上元件和部分或者全部互连线路的三维配置，或者为制造集成电路而准备的上述三维配置。布图设计或是以掩模图形的方式存在于掩模板上，或是以图形的方式存在于芯片表面和表面下的不同深度处，或是以编码方式存在于磁盘、磁带等介质中。

#### 4、不正当竞争

不正当竞争行为是指在市场经济中，竞争者采取违反公平、诚实信用等原则的手段，破坏正常的竞争秩序，以获取不当利益的行为。这些不正当竞争行为涵盖混淆行为、虚假或误导性宣传、商业秘密的非法获取或使用、商业诋毁以及商业贿赂等多种形式。尽管国际上对于不正当竞争行为的具体定义和范围并不完全一致，但在各类国际公约和国内立法中，都普遍认同这类行为具有违反“诚实”、“公平”原则的特征。

### 四、重点合规领域

#### （一）商业合作伙伴管理

防范商业合作伙伴合规风险、促进商业合作伙伴管理水平提升，为业务决策和经营活动平稳有序开展提供有力支持。商业合作伙伴管理是公司合规管理的重点领域之一，并与其他多个合规管理重点领域密切相关。商业合作伙伴合规管理是全面加强公司管理的有效手段，是防范公司主要经营风险、保障持续稳定健康发展的重要措施。

##### 1、商业合作伙伴资质审查

在开展涉及知识产权的相关业务时，企业对商业合作伙伴的资质审查尤为关键。企业需要明确合作业务中涉及的知识产权类型，如专利、商标、著作权等，并确定所需的商业合作伙伴资质标准。例如，若涉及专利布局、申请或维权，商业合作伙伴应具备相应的专利代理资质；若涉及商标设计、注册或维权，商业合作伙伴应具备商标代理资质。商业合作伙伴不具备特定资质通常表现为：无资质、资质失效、资质等级不足、超出资质范围等。

除了常规的资质证书核实和资质范围审查外，企业还需确认商业合作伙伴是否拥有合法有效的专利和商标权等知识产权，例如代工过程中涉及的关键技术、产品设计和品牌标识等。若商业合作伙伴缺乏必要的专利权或商标权，或这些权利存在争议，企业应及时采取措施，要求商业合作伙伴提供权利证明或寻求法律

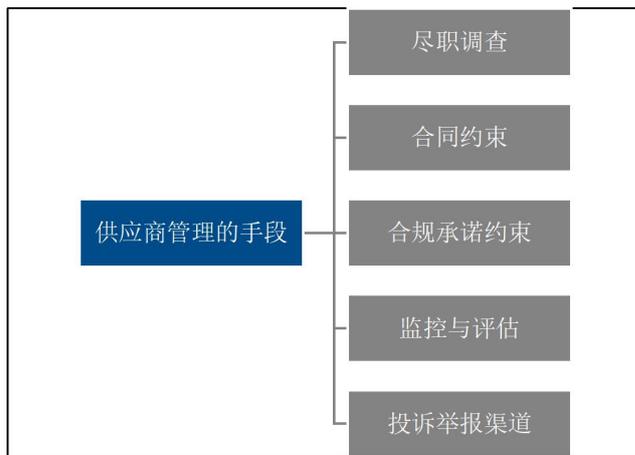
意见，以避免潜在的侵权风险。

## 2、商业合作伙伴实时监测

企业在与商业合作伙伴的合作过程中，应持续关注商业合作伙伴合规状态，定期查询商业合作伙伴是否存在被列入全国法院失信被执行人名单、行业黑名单以及其他行业禁入等负面信息，检查商业合作伙伴与合作业务相关的资质、许可、证照、授权等的有效性，审查商业合作伙伴是否依照合同约定履行义务，收付款活动是否符合合同约定、是否存在异常金融结算行为，是否出现本指引手册规定的其他风险预警信号。

## 3、供应商合规审核

供应商管理是商业合作伙伴管理的重要内容。随着经营管理水平的不断提升，供应商的准入管理以及基于质量标准的合格供应商管理，我国企业已不再陌生，但供应商的持续合规管理，仍然有待加强。



**【合规尽职调查】**将合规调查纳入对供应商的尽职调查。对一般供应商，要求供应商提供相关查询记录，证明自身没有重大违规行为，对于重要供应商，则应当进行更为详尽的合规调查，核实供应商的合规经营情况，必要时，聘请外部机构开展尽调。

在合规尽调中，不仅要了解供应商在我国境内是否存在违规行为，还需要了解供应商是否受到境外制裁、是否被列为制裁对象、是否遭受过监管处罚等信息。

**【合同约定】**与供应商在合同中约定供应商的陈述与保证条款，并将隐瞒重大违规事项、合同履行期间发生重大违规行为等事项，作为适用违约责任直至解除合同的条件。

**【合规承诺约束】**通过与供应商签订合规经营协议和承诺，将客户对本企业的合规要求，以及本企业的合规理念，传导至供应商。

【监控与评估】监控供应商行为，发现供应商违规应及时采取措施；订立新的合同前，重新评估供应商，对供应商的合规经营情况进行更新核查。

【投诉举报渠道】将投诉举报渠道应用于供应商管理，促使供应商依法合规经营。

#### 相关信息：德国供应链法律

近期，德国颁布了《供应链法》，该法于2023年1月1日生效，主要是要求德国公司分析并报告其供应链中相关人权和环境标准的合规情况。该法实施后，从事与中国公司进行贸易活动的德国公司将对评估中国供应商是否符合《供应链法》的要求。

《供应链法》要求德国公司的供应商应满足特定的核心人权和具体环境标准，不得雇佣童工、不得强迫劳动、遵守有关安全工作的最低标准、保障工会自由、无严重违反环境法的行为、不得强行收回或非法侵占土地、不得使用不道德的安保服务、符合《斯德哥尔摩公约》的废物处理标准等。

供应链是全产业链管理，企业在从事贸易活动时，不仅要自身合规，也要对供应链的合规情况进行适当管理。

## 4、知识产权合规理念传导

定期组织商业合作伙伴参加知识产权合规培训，提高其知识产权意识和合规能力。培训内容可以包括知识产权基础知识、合规要求、风险识别与应对等方面。鼓励商业合作伙伴积极参与知识产权合规工作，共同维护良好的知识产权保护环境。

通过合规检查、合规培训等方式，向商业合作伙伴明确传达本企业的知识产权合规理念和要求，强调知识产权保护的重要性，并督促商业合作伙伴遵守相关的知识产权法律法规和合规义务。

### （二）社会与环境责任

企业在追求经济效益的同时，也应当积极履行社会责任，推动社会的和谐与

可持续发展。这一理念在《中华人民共和国公司法（2023 修订）》的第二十条中得到了明确体现，该条规定，公司从事经营活动，应当充分考虑公司职工、消费者等利益相关者的利益以及生态环境保护等社会公共利益，承担社会责任。国家鼓励公司参与社会公益活动，公布社会责任报告。

## 1、可持续供应链管理

随着《维吾尔强迫劳动预防法案》的推行，供应链中的强迫劳动问题受到越来越多的关注。在此背景下，中国出口商在将商品销往海外市场时将接受更为严格的审查。如被认定为使用“强迫劳动”进行生产，企业可能会面临货物被海关扣留或没收的风险。为此，中国企业亟需从多个维度提升自身的风险防范能力：

**【开展供应链尽职调查】**为了防范供应链中的潜在风险，企业应按照供应商管理的相关要求定期开展供应链尽职调查。这不仅是为了满足法规要求，更是为了企业自身的可持续发展和品牌建设。尽职调查应覆盖供应链的各个环节，特别是关键供应商和合作伙伴。

**【建立可信赖的原材料溯源系统】**原材料溯源是可持续供应链管理的重要组成部分。通过建立可信赖的溯源系统，还原从原材料、中间品到成品的生产全过程，确保能够及时追踪每一个环节的溯源详细信息。

①**原材料产地识别：**通过向供应商收集相关的证明文件，如产地证明、出口许可证等，以确定原材料的原产地；同时，核查供应商的经营地址、业务范围等信息也有助于识别产地。

②**产品全链条信息记录：**详尽记录构成产品的所有物料清单，包括每种物料的具体信息、供应商名称、生产地点、生产日期等关键数据。完整保留产品的原产地信息和物流信息，确保能够清晰追踪到产品的每一个流转环节，从而构建一个完整且透明的溯源体系。

## 2、绿色合规

企业面临着越来越多的环境和社会责任挑战，绿色合规是在企业基础合规体系之上，强化对绿色发展及社会责任领域的关注度，将绿色可持续的经济发展及社会治理理念有效融入企业运营中，从市场经济主体角度不断强化和提升可持续

发展理念。

**【遵循法律法规】**企业应严格遵守所有相关的环境法规，包括但不限于污染控制、资源利用和废物管理等。通过合法合规的经营活动，减少对环境的影响，保护公众的健康和安全。

**【实施绿色战略】**制定和实施绿色战略是企业实现可持续发展的重要途径。这包括采用环保的生产方式和技术，优化产品设计以减少废弃物的产生，以及推广循环经济等。通过这些措施，降低资源浪费和环境破坏的风险。

**【加强内部监管】**建立完善的内部监管机制对于确保绿色合规至关重要。企业应设立专门的环保部门或聘请专业的环保顾问来负责监督和管理企业的环保工作。此外，定期进行自查和自我评估也是必要的环节。

**【发展绿色技术】**绿色技术是指降低消耗、减少污染、改善生态，促进生态文明建设、实现人与自然和谐共生的新兴技术，包括节能环保、清洁生产、清洁能源、生态保护与修复、城乡绿色基础设施、生态农业等领域，涵盖产品设计、生产、消费、回收利用等环节的技术。企业应当鼓励研发和推广绿色技术，并确保这些技术的知识产权得到保护。

### 3、知识共享和合作

知识产权是企业的重要资产之一，同时也是企业社会责任的重要组成部分。在尊重知识产权的前提下，积极推动知识共享与合作可以促进整个行业的可持续发展。

**【促进产学研合作】**加强与科研机构、高校和研究机构的合作与交流是非常重要的环节。通过与这些机构开展联合研发项目、提供资金支持等方式，推动环保技术的创新和应用，促进产学研深度融合。这将有助于提升企业在环保领域的竞争力和创新能力。

**【参与国家和国际标准制定】**积极参与国家和国际环保标准的制定工作也是提升企业影响力的重要途径。通过共同制定和完善环保标准体系，推动全球范围内的环保事业发展，将有助于提升企业的国际形象和声誉。

### （三）竞争合规

竞争合规要求企业以有效预防和降低竞争合规风险为目的，以企业及其员工经营管理行为为对象，开展包括管理架构、风险识别、风险评估与处置、合规运行与保障等有组织、有计划的管理活动。

**【管理架构】**管理架构是企业确保竞争合规的基石。为确保企业在市场竞争中遵循法规、维护公平竞争，企业可以构建一个专门的竞争合规管理部门，或在组织内设立相应的专职岗位。专门的竞争合规人员可以帮助企业持续关注国内及业务相关国家的竞争法的发展动态，动态审核评估企业的经营管理和业务行为，更好地开展竞争合规工作。

**【风险识别】**企业需要密切关注市场动态和竞争对手的行为，警惕可能的不正当竞争和垄断行为。还应对自身的经营行为进行定期审查，特别是与供应商、代理商、经销商等合作伙伴的业务往来，以及产品销售、市场推广等策略。例如，检查合同条款是否含有排他性或者限制竞争的内容，市场营销活动是否存在虚假宣传或者误导消费者的行为。

**【风险评估与处置】**对企业经营管理和业务行为进行定期审核和风险评估。针对发现的问题，制定并落实相应的应对措施。采购部门、销售部门在签订合同时，不得将违反竞争合规的条款纳入合同内容。法务、合规部门在进行合同审核时，应当注意识别该等违规条款，并予以纠正。

**【合规运行与保障】**企业应制定内部竞争合规体系，包括明确合规目标、方针、流程和责任主体等要素，并定期开展评估。

企业还应将竞争合规培训纳入员工培训计划，培训内容应当包括《反垄断法》《反不正当竞争法》等法律、法规、规章和指南及其他规范性文件规定等，并根据企业内外部环境变化进行动态调整。

### （四）出口管制合规

#### 1、识别军品和两用物资

对外贸易中，交易标的物，包括产品、机械设备、成套设备中可能含有受到

军事或者两用物资管制的物项或技术，而公司如果参与了这类交易，则负有特殊的贸易合规义务。以下门类的物项在对外贸易当中受到管制：

核材料、设施和设备	复合材料、有机物、微生物、毒物
材料加工设施和设备	电子类（电子元器件、零部件）
计算机	电信和信息安全
激光器、传感器、执行器	航海、航空电子设备
海洋开发产品和技术	推动力系统、飞行器及设备

### 出口管制主要物项

以上的清单较为宽泛，具体的管制清单可以参阅美国、欧盟等国家和地区的相关网站。从以上清单可以看出，许多日常用品也属于上述物项范畴（如计算机），材料加工设施和设备、电子元器件等，也属于两用物资。

需要认识到，尽管美国、欧盟等国家和地区出台了较为严格的出口管制法律，列明详尽的管制清单，还有长臂管辖问题，但其管理的具体对象主要还是美国、欧盟自身的企业，相关的申报义务也主要在于这些企业。

## 2、开展下游买方合规管理

对外贸易中涉及敏感物项时，美欧卖方通常会在合同、协议中明确出口管制合规的要求，即限制买方将该等敏感物项转售至具有军事背景的企业。一旦签订此等协议，集团及所属企业就应当对转售买方进行合理筛查，一是排除下游买方的军事背景，二是对下游买方进行适当合规管理，传导卖方的合规要求，对下游买方的再次转售行为进行适当限制。

设备采购或销售涉及敏感物品的对外交付时，应当关注物项的具体属性，结合交易相对方的身份、交付方式、标的物的最终用户与最终用途等要求，进行综合判断，并取得交易相对方对有关事项的书面承诺，明确以下内容：

- 物项是否存在被违规转移的风险
- 物项用途是否与最终用途相符。
- 客户是否是最终用户，如果客户为中间商，需明确最终用户。
- 交易相关方（如承销商、中间商、最终用户等）是否被列入监管机构禁止或限制交易的名单。
- 客户/最终用户所在国家和地区的风险等级。
- 客户/最终用户所在国家是否受到中国或其他国家的制裁。
- 客户/最终用户是否建立出口管制内部合规制度。
- 客户/最终用户是否与中国或其他国家管控名单等禁止或限制交易名单实体或联合国制裁清单实体等进行过未经授权的交易。
- 客户是否明确提供了有关产品的最终用途、设置参数以及安装或使用场所等信息。
- 客户提供的信息是否真实。
- 客户选择的运输目的地是否与代理商或最终用户的地址相符。
- 发货日期是否明确。
- 出口运输路线是否途经或可能途经敏感国家。

### 3、出口管制敏感国家交易管理

对于某些类型的设备，我国、欧盟地区、北美地区的监管部门会采取限制或禁止措施，阻止这些物项流向特定的个人、组织、国家或地区。因此，如果经过检索筛查，交易标的物属于（或可能属于）受管制物项，公司成员就应当高度警惕，并对交易相对方的身份予以核实并确认。世界主要贸易国的监管机构均制定有“黑名单制度”，即限制或禁止落入名单的个人、组织、国家或地区进行特定类型的交易。公司成员可以利用以下途径，确认交易相对方是否受到管制、以及受管制的程度，从而明确自身的合规义务：

中华人民共和国商务部等有关部门制定并不时更新的《管控名单》、《不可靠实体清单》、《反制清单》等。

<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/e/>（中华人民共和国商务部-政策发布-对外贸易管理）

#### 相关信息：德国出口管制法律

德国对军民两用技术和产品实行出口管制，执行欧盟统一的两用品清单。德国《对外经济条例》明确规定了出口管制产品范围，措施，企业申报义务和审批标准等。德国近年对华出口管制日趋严格，已经发生多起中国企业提交后最终用户证明和最终用途证明后，被拒绝办理出口许可。

美国商务部等有关部门也会不定时在其公开渠道发布相应的贸易管制措施，如《实体清单》、《特别指定名单》等。

<https://www.federalregister.gov/>  
（美国联邦公报）、  
<https://www.export.gov/csl-search>  
（美国国务院、商务部和财政部的“综合清单” The Consolidated Screening List, CSL）

## 五、合规管控工作指引

### （一）专利

#### 1、采购

##### （1）未对供应商进行审查

#### 【合规风险】

供应商可能在其产品中使用了侵权的知识产权，如专利、商标、版权等。如果企业未进行审查，直接采购并销售这些产品，就可能成为侵权行为的共同参与者，从而面临被权利人起诉的风险。一旦企业因采购的产品涉及知识产权侵权而被起诉，不仅要承担可能的赔偿责任，还可能面临声誉损失、市场份额减少等间接损失。企业还可能因违反相关法律法规而受到行政处罚。此外，未对供应商的

知识产权状况进行审查，还可能导致供应链的不稳定。一旦供应商因知识产权问题被法律制裁或面临经营困境，可能无法继续提供产品或服务，从而影响企业的正常运营。

### 【防范建议】

①建立供应链审查机制。为降低知识产权侵权风险，企业应加强对供应商的知识产权管理，构建完善的供应商审核体系，对潜在和现有供应商的知识产权状况、法律合规性、财务状况、生产能力等方面进行详细评估。

②要求提供知识产权权属证明。在与供应商合作之前，企业应要求供应商提供所有使用或包含在其产品和服务中的知识产权证明，如专利证书、商标注册证、版权证明等。这有助于企业确认供应商是否拥有合法使用这些知识产权的权利。

③签订明确的合同条款。在与供应商签订合同时，企业应确保合同中包含明确的知识产权条款，明确双方的知识产权权利和义务。合同应规定供应商应保证其提供的产品和服务不侵犯任何第三方的知识产权，并应承担因侵犯知识产权而产生的所有责任和损失。

④定期审核与更新。企业应定期对供应商的知识产权状况进行审核和更新，以确保供应商始终符合企业的知识产权要求。如果供应商的知识产权状况发生变化，企业应及时调整合作策略或采取必要的法律措施。

### (2) 未从正规渠道采购商品

【合规风险】未从正规渠道采购商品往往涉及重大的合规风险。非正规渠道的商品往往来源不明，存在质量问题、安全隐患等潜在风险，且可能存在知识产权侵权问题，如盗版、仿冒等。若企业在无法确认产品合法来源的情况下，继续购买并销售这些侵权产品，可能因销售侵权产品而被知识产权人提起知识产权侵权诉讼。由于企业未能尽到合理的审查义务，主观上存在过错，不属于“实际不知道且不应当知道所售产品系未经专利权人许可而制造并售出”的情形，因此可能承担行政责任以及民事赔偿责任。

### 【防范建议】

①建立正规采购渠道。企业应确保从具有合法经营资质、信誉良好的正规渠道采购商品。与供应商建立长期稳定的合作关系，并定期进行供应商评估和复查，确保供应链的合规性。

②加强知识产权审查。在采购过程中，企业应要求供应商提供商品的知识产权证明，包括专利证书、商标证书等，并进行严格审查。对于存在知识产权风险的商品，应谨慎采购。

③完善采购合同。在采购合同中明确知识产权条款，包括供应商的知识产权担保、侵权责任的承担等内容。确保在发生知识产权纠纷时，企业能够依据合同条款维护自身权益。

#### 【相关法条】

**《中华人民共和国专利法（2020 修正）》第七十七条：**为生产经营目的使用、许诺销售或者销售不知道是未经专利权人许可而制造并售出的专利侵权产品，能证明该产品合法来源的，不承担赔偿责任。

## 2、营销与销售

### （1）销售产品被仿冒

#### 【合规风险】

专利产品可能在市场流通阶段被他人非法仿制或仿冒。仿冒品流通不仅侵害原专利持有者的权利，还可能对品牌声誉和消费者信任造成严重损害。

#### 【防范建议】

①加强市场监控与专利侵权分析。企业应建立专门的市场监控机制，定期对销售渠道、电商平台等进行全面排查，及时发现并应对仿冒行为。同时，加强对专利侵权的分析和评估。

②一旦发现侵权和仿冒行为，企业应迅速采取行动，包括向相关部门举报、提起侵权诉讼等。在此过程中，要注意收集、保存侵权证据，确保证据的真实性和有效性。

③加强消费者品牌教育与正品认证机制建设。企业应加强对消费者的品牌教育，提高消费者对正品与仿冒品的辨识能力。同时，建立正品认证机制，为消费者提供便捷的验证渠道，确保消费者购买到的是真正的专利产品。

### 相关案例

吉列是大家耳熟能详的剃须刀品牌，自 1901 年创办至今已经拥有超过 120 年的历史，按照市场占有率和品牌知名度，吉列是全球手动剃须刀产品第一梯队品牌，“Gillette”和“吉列”还被认定为中国驰名商标。

自 2013 年起，张某在本地摆摊销售假冒该系列的知名品牌剃须刀。2015 年，他通过电商平台扩大销售。2016 年，张某的妻子徐某也加入其中，并共同创建了一个“空壳公司”来掩护其非法行为。

2017 年，两人因假冒商标被警方调查，2018 年被判刑，张某缓刑 4 年罚金 50 万，徐某缓刑 2 年罚金 8 万。刑后，他们继续销售仿冒产品。吉列公司委托律师调查并提起诉讼，杭州市中级人民法院于 2022 年判决张某等人侵犯吉列公司专利权，需停止侵权行为，赔偿 200 万元。东阳市人民法院也判决张某赔偿宝某公司 25 万元，徐某共同赔偿 10 万元。张某和徐某已全额赔偿 225 万元，并承诺不再侵犯知识产权。然而，他们之前的低价倾销仿冒侵权产品行为，不仅混淆了市场，误导了消费者，还对吉列公司的品牌声誉造成了难以估量的损害。

## (2) 销售仿冒产品或其他侵权产品

### 【合规风险】

在跨境销售过程中，企业可能会遇到的风险包括货物侵犯目的地国家(地区)第三人的知识产权，这可能导致货物被海关查扣、无法完成交货，从而面临支付违约金、承担额外运费损失、应对可能的诉讼赔偿，以及产品被销毁等一系列风险。

### 【防范建议】

#### ①知识产权尽职调查

在货物发往目的地国家（地区）之前，进行彻底的知识产权尽职调查，确保所销售的产品不侵犯任何第三方的知识产权。包括对产品的设计、包装、标签、商标等进行全面检查，并核实产品所依赖的专利、商标等知识产权的有效性。

### ②合规声明和文件准备

准备必要的合规声明和文件，如专利证书、商标授权书、版权声明等，以证明货物的合法性。这些文件可以作为货物清关时的重要凭证，有助于证明企业没有侵犯任何第三方的知识产权。

### ③海关备案

在目的地国家（地区）的海关进行知识产权备案，以便在必要时能够快速验证货物的合法性。通过海关备案，企业可以提前向海关提供有关产品的知识产权信息，以便海关在查验时能够快速判断货物的合法性。

## (3) 广告宣传和包装设计中错误宣传或标注专利产品

### 【合规风险】

我国《广告法》第十二条中规定，广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当表明专利号和专利种类；未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权；禁止使用未授权专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。因此，企业在宣传产品为专利产品时，需要特别注意宣传过程中专利标注的风险。

### 【防范建议】

#### ①核实专利信息

在进行任何广告宣传或包装设计之前，企业应首先核实相关专利信息，确保专利真实存在且处于有效状态。可以查询国家知识产权局的专利数据库，获取专利的详细信息，如专利号、专利种类、专利权人及专利状态等，以避免因使用无效或不存在的专利而面临法律风险。

#### ②明确标注专利信息

在广告或包装上应明确标注所使用的专利号和专利种类，确保消费者能够清

晰识别。标注方式应符合相关法律法规的规定，避免使用模糊、误导性的表述，以维护企业的诚信形象和消费者的合法权益。

### ③建立内部审核机制

企业应设立专门的部门或人员负责广告内容的审核工作，确保广告内容符合法律法规的要求。对涉及专利的广告内容，应进行重点审核，避免因疏忽导致的错误宣传。内部审核机制的建立有助于企业及时发现并纠正广告中的违法违规行为，降低法律风险。

#### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国广告法(2021 修正)》

**第十二条** 广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。

未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。

禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

### 3、技术进出口

#### 【合规风险】

技术进出口涉及境内外专利申请权转让、专利权转让、专利实施许可、技术秘密转让、技术服务和其他方式的技术转移。在进行技术出口时，企业需特别注意待转让的专利申请权或专利权是否涉及禁止类或限制类技术。

根据《技术进出口管理条例》的严格规定，涉及禁止类技术的专利申请权或专利权是不得转让的。而对于涉及限制类技术的，企业必须按照条例规定办理技术进出口审批手续，只有在获得许可证后，方可到国家知识产权局办理相应的转让登记手续。

任何违反这些规定的行为都可能使企业面临严重的法律后果，包括但不限于行政处罚以及声誉损失，严重的还可能涉及走私罪、非法经营罪、泄露国家秘密罪等刑事犯罪。

## 【防范建议】

### ①严格遵守技术进出口管制法规

在进行跨境技术合作时，企业应严格遵守我国及技术进出口目标国（地区）的进出口管制法律法规。特别是当出口技术涉及敏感领域，如可能被用于发展或

制造大规模杀伤性武器等不利于和平与稳定的用途时，企业应高度警惕或拒绝出口相关技术。此外，对于涉及国家安全的知识产权对外转让行为，我国会进行严格的审查，企业应配合相关部门的审查工作。

#### 相关信息

2023年12月21日，商务部、科技部公布《中国禁止出口限制出口技术目录》。《目录》共三部分，主要内容包括：禁止出口限制出口技术的参考原则、技术出口的目录格式说明、禁止出口限制出口的技术目录等。

禁止出口的技术共包括24项大类，涉及畜牧业、渔业、航空航天、计算机网络安全、先进制造等领域外，很大一部分都与中国传统工艺、食药材、特有的资源的开发和利用有关。限制出口的技术涉及到较多的产业和领域，共包括110项大类。在具体判断时，需要结合每一项技术的技术要点进行评估。

### ②加强企业内部技术出口业务的合规管理

明确被管制的出口行为（包括再出口和视同出口），根据经营物项、技术描述等判断能否出口，针对最终用户的相关文件进行规范管理和记录保存，在出口时向商务主管部门填写报送信息。

## 【相关法规】

### 《中华人民共和国技术进出口管理条例(2020 修订)》

**第九条** 属于禁止进口的技术，不得进口

**第十条** 属于限制进口的技术，实行许可证管理；未经许可，不得进口。

## （二）商标

## 1、商标申请

### (1) 在先冲突

#### 【合规风险】

在商标申请过程中，若企业未进行充分的市场和现有商标调研，可能会导致所申请商标与他人已注册或正在申请中的商标存在相同或近似的情形。这种情况极易引发商标异议或法律纠纷，不仅可能使商标申请受阻，还可能给企业带来不必要的法律成本和经济损失。

#### 【防范建议】

##### ①确定查询的类别和类似商品服务群组

企业应首先明确海外经营业务所涵盖的商品或服务类别，并对照国际商标分类体系，确定查询的具体商品服务群组，精确锁定查询范围，提高查询效率。

##### ②全面检索在先商标

在确定好查询范围后，企业应利用专业的商标数据库或委托专业机构进行全面检索，以发现与所申请商标相同或近似的在先商标。检索过程应尽量涵盖所有海外经营业务涉及的国家或地区，确保无遗漏。

##### ③核实商标的确切状态

对于检索到的在先商标，企业应进一步核实其注册状态、有效期、是否存在转让或许可等权益关系。同时，对于正在申请中的商标，应持续关注其申请进展，以便及时采取应对措施。

#### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国商标法(2019 修正) 》

**第五十七条** 有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：

(一) 未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的；

(二) 未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的；

(三) 销售侵犯注册商标专用权的商品的；

(四) 伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；

(五) 未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；

(六) 故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为的；

(七) 给他人的注册商标专用权造成其他损害的。

## (2) 商标被抢注

### 【合规风险】

企业若未能及时在关键市场进行商标布局，将面临商标被竞争对手或当地代理商恶意抢注的风险。这种抢注行为不仅可能导致企业在该市场失去商标使用权，还可能被迫支付高额费用购买已被抢注的商标，甚至面临法律纠纷和市场准入障碍，严重影响企业的海外拓展计划。

### 【防范建议】

#### ①提前布局与搜索

企业应提前在目标市场进行商标搜索，了解当地商标注册规定和流程，确保所申请的商标不与当地已注册或申请中的商标冲突。同时，结合企业的市场战略和产品规划，对于计划出口的国家或地区，企业应尽早进行商标注册。

#### ②应对抢注策略

若企业发现商标已被他人在海外抢注，应迅速采取应对措施。首先，可以考虑与抢注方进行协商，寻求商标转让的可能性。其次，若协商无果，企业可以依法申请商标无效或撤销抢注商标，并同时提交自己的商标申请。若以上途径均不

可行，企业也可考虑更换新商标，以避免进一步的法律纠纷和市场风险。

#### 相关案例：老字号商标海外维权胜诉

“王致和”作为中国历史悠久的调味品品牌，自上世纪 80 年代起，便在国内成功注册了“王致和”图文商标，享有盛誉。

王致和集团在海外市场做了广泛部署，在美国、加拿大、东南亚等地区提交了商标申请。2006 年，在王致和集团准备进入德国市场时，发现“王致和”图形商标已经被一家德国公司抢注，该公司名为 OKAI Import Export GmbH(以下简称“德国欧凯”)，是由德籍华人开设的主营中国商品的超市，也销售“王致和”品牌产品，且曾是王致和产品在德国的经销商。当王致和集团发现这一抢注行为时，商标的异议公告期已过，商标已被正式注册。王致和集团通过律师向德国欧凯发送了律师函试图协商，但欧凯并未有任何回复。2007 年，王致和集团向德国慕尼黑地方法院提起诉讼，开启追回“王致和”商标之战。

在诉讼过程中，王致和集团发现并向法院提交了以下方面证据：王致和集团对其图形商标享有著作权的证据、欧凯公司抢注“王致和”商标的主观恶意证据，包括德国欧凯抢注了狗不理、少林寺、老干妈、恰恰等多件中国知名商标。在诉讼中，王致和、狗不理、少林寺、桂发祥等四家企业出具了签字的声明，共同证明欧凯公司存在持续性恶意抢注行为。

最终，德国慕尼黑地方法院以及慕尼黑高等法院均判决王致和公司胜诉，德国欧凯停止使用“王致和”商标。

### (3) 未取得商标标识的著作权

#### 【合规风险】

企业在未取得商标标识著作权的情况下，将该标识作为商标进行注册和使用，存在重大合规风险。尤其在设计商标标识时，若企业未经授权直接从互联网下载字体或其他图形作为商标标识并成功注册，这可能侵犯了原作者的著作权，也使企业的商标处于不稳定状态。

#### 【防范建议】

商标标识的内容应专门进行设计取得著作权，避免未经许可直接使用他人享有著作权的图形、字体等作品。

在委托外部设计机构或个体设计师进行商标设计时，企业需与受托方签署明确的委托设计合同。合同中应详细规定设计作品的著作权归属，并明确双方对于可能发生的侵权风险的承担方式。企业内部职工所设计的商标，也需要通过合同明确取得商标标识著作权。

此外，企业应妥善保留与著作权取得相关的证据，如委托合同、设计费支付凭证、创作底稿等。还可通过版权登记、时间戳等方式固定创作内容和创作时间，以便在必要时进行维权。

### 相关案例

2011年3月，北京某字库公司对婴幼儿用品行业的某领先企业提起了著作权侵权诉讼。该字库公司声称，他们研发的“秀英”字体字库被该婴幼儿用品公司用于其文字商标中，此举侵犯了字库公司的著作权，要求婴幼儿用品公司赔偿其因侵犯著作权造成的损失，并停止使用包含“秀英体”美术字体的文字商标。

法院对此案进行了审理，并认定该字库公司研发的“秀英体”字库中的单个汉字（美术字）具有独创性，因此应当受到著作权法的保护。法院审理后认为案涉文字商标中的“笑”和“喜”两个字构成了对字库公司著作权的侵犯，并判决婴幼儿用品公司需向字库公司支付经济损失及合理支出共计2.8万元，停止使用侵权商标。

## 2、销售和营销

### （1）侵犯他人的注册商标

#### 【合规风险】

商标不仅是企业的无形资产，更是消费者识别品牌、区分商品或服务的重要工具。如企业在追求市场竞争优势的过程中，采取不正当手段，故意使用与他人的注册商标相同或近似的标识，以此来误导消费者，获取不正当的商业利益，不仅会损害商标权利人的合法权益，破坏公平竞争的市场环境，还可能引发法律纠纷。随着知识产权保护力度的不断加强，商标权利人对于商标侵权的维权意识也

在逐步提高，一旦企业被认定侵犯了他人的注册商标，不仅需要承担经济赔偿责任，还可能面临声誉受损等后果。针对恶意侵犯他人注册商标的，《商标法》还提出规定惩罚性赔偿，可以依照原定判赔金额的一倍以上五倍以下确定的赔偿数额，企业可能面临高额的赔偿金额。

### 【防范建议】

#### ①商标合规性审查

在发布广告、推出新产品或服务之前，企业应对所使用的商标进行合规性审查，通过定期进行商标合规性审查，企业可以及时发现并纠正潜在的商标侵权风险，避免因此带来的法律风险和经济损失。

#### ②建立商标使用管理制度

企业应建立明确的商标使用管理制度，明确商标的注册、使用、变更、转让等流程，并设立专门的审批机制。这有助于规范企业内部对商标的使用行为，防止未经授权或违规使用商标的情况发生。同时，也能确保企业使用的商标不侵犯他人的注册商标权益。

### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国商标法(2019 修正)》

**第六十三条** 侵犯商标专用权的赔偿数额，按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定；权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的，参照该商标许可使用费的倍数合理确定。对恶意侵犯商标专用权，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。赔偿数额应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。

人民法院为确定赔偿数额，在权利人已经尽力举证，而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下，可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。

权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予五百万元以下的赔偿。

人民法院审理商标纠纷案件，应权利人请求，对属于假冒注册商标的商品，除特殊情况外，责令销毁；对主要用于制造假冒注册商标的商品的材料、工具，责令销毁，且不予补偿；或者在特殊情况下，责令禁止前述材料、工具进入商业渠道，且不予补偿。

假冒注册商标的商品不得在仅去除假冒注册商标后进入商业渠道。

## (2) 对已注册商标的不规范使用

### 【合规风险】

如果企业擅自改变注册商标、注册人名义、地址或其他注册事项，根据《商标法》第四十九条的规定，工商行政管理部门有权责令其限期改正；若逾期未改正，商标局有权撤销其注册商标，这将使企业的品牌建设和市场地位受到严重损害。此外，不规范使用注册商标还会影响企业证明商标的实际使用情况和知名度。在商标三年不使用而撤销的程序中，如果企业提供的实际使用证据与注册商标不一致，其实际使用可能不被认可，进而可能导致商标被撤销。

### 【防范建议】

为防范不规范使用注册商标的风险，企业应严格遵守商标法律法规，确保注册商标的使用与核准注册的商标保持一致，不得擅自改变商标的文字、图形、颜色等要素。同时，企业应在核定范围内使用商标，避免超出核定范围使用导致的不规范问题。此外，企业应谨慎选择合作伙伴，规范商标许可使用行为，并加强商标使用的监督和管理，及时发现并纠正不规范使用行为，以维护商标的权益和形象。

### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国商标法(2019 修正)》

**第四十九条** 商标注册人在使用注册商标的过程中，自行改变注册商标、注

册人名义、地址或者其他注册事项的，由地方工商行政管理部门责令限期改正；期满不改正的，由商标局撤销其注册商标。

注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。商标局应当自收到申请之日起九个月内做出决定。有特殊情况需要延长的，经国务院工商行政管理部门批准，可以延长三个月。

### 3、平行进口

#### 【合规风险】

各国在平行进口是否合法的问题上存在显著的分歧，这种分歧主要源于对首次发行的“权利利用尽原则”的不同理解，由此导致了侵权的不确定性风险。我国立法层面并未规定商标权的平行进口问题。

目前用尽原则主要有三种：一是国内权利利用尽原则，商标权人在所属国首次将含有特定商标的商品销售或转让后，不得任意阻却之后该商品的流动，但此商品仅以所属国地域为限，若在域外地区进行销售或生产经营的，则上述商标权人可以依据其在域外所享有的商标权依法予以制止，在这些法域内，知识产权人有权利阻止平行进口。二是区域权利利用尽原则，只有在产品被投放至该区域内市场，权利才穷竭。在这些法域，知识产权人有权利阻止来自本地域外的平行进口。三是国际权利利用尽原则，商标一旦由商标权人或者经过其许可投放到市场上，不论在国内还是在国际上的任何一个地方，商标权人都不得再通过行使商标权限制商品的流动，此时知识产权人无法阻止平行进口。

#### 【防范建议】

##### ①谨慎签订商标使用许可合同

企业需要特别注意合同中关于“平行进口”的条款。作为许可方，企业可以要求对全球范围内的代理商或加盟商使用商标的行为进行统一的监管和控制。被许可方则应在合同中加强保护自身商标使用权，例如，可以约定许可方约束无商标使用权的产品购买者，禁止其向被许可方所在国出口该产品。若商标权人无法有效遏制平行进口行为，被许可方有权根据合同约定减少商标使用费的支付。这

样的约定有助于双方在平行进口问题上达成共识，并明确各自的权利与义务。

## ②强化海关备案与管理

企业应将其知识产权在海关进行备案，以便海关能及时发现并拦截疑似侵权货物。海关部门能够根据登记的权利内容，主动将平行进口商品扣留或者查封，这样可以获得在进入市场流通前的及时保护，同时又方便取得第一手证据。

## （三）商业秘密

### 1、商业秘密人员管理

#### 【合规风险】

人员管理审查的疏漏，可能导致内部员工或外部合作伙伴泄露敏感信息。人员管理是商业秘密保护的第一道防线，属于重点审查内容。

#### 【防范建议】

为了有效保护企业的商业秘密和其他敏感信息，应制定和实施详尽的涉密人员管理规范，涵盖岗前培训、在岗期间、离岗和离职期间的保密要求。新员工入职时，人事合同中必须包含明确的保密条款，确保他们明白自己的保密义务。同时，定期为在岗员工提供保密培训，加强他们对保护商业秘密重要性的认识，确保员工不会泄露掌握的商业秘密。

针对供应商、客户、被许可人、制造商和顾问等外部相关人员也应当实施严格的登记管理程序，在必要时，还可以与他们签订保密协议。明确通知所有外部人员他们获取的信息具有机密性，要求外部人员严格遵守保密义务，并在合作期间不泄露任何企业商业秘密。此外，对所有访问企业设施的外部人员还应进行严格的登记管理，限制他们的参观区域、路线和内容，确保不泄露敏感区域和信息。

#### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国反不正当竞争法（2019年修正）》

**第二十一条** 经营者以及其他自然人、法人和非法人组织违反本法第九条规定侵犯商业秘密的，由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法所得，处十万

元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上五百万元以下的罚款。

### 相关案例

2019年12月，连云港市场监管局接到A食品公司的举报，该企业声称其南瓜蛋挞产品的商业秘密被前技术开发部员工张某和现任销售部长马某窃取，并泄露给了竞争对手B食品公司。

经司法鉴定机构鉴定确认，该食品企业的南瓜蛋挞配方、工艺及客户名单均构成商业秘密，具有不可公开性、商业价值性，并已采取了合理的保密措施。张某在辞职后加入B食品公司，并在任职期间使用了其掌握的原企业的商业秘密技术信息，生产并销售了同类产品。马某则利用其掌握的客户名单，推销B食品公司的同类产品。B食品公司明知张某和马某掌握着原企业的商业秘密，却仍在经营活动中使用这些信息，构成了对原企业商业秘密的侵犯。

2020年10月，执法机关依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十一条的规定，责令B食品公司停止侵权行为，没收违法所得23190.94元，并处以50万元的罚款。

## 2、商业秘密信息管理

### 【合规风险】

涉密信息管理的不当，如缺乏适当的保密措施、密级制度不健全或涉密场所管理不严格等，都可能增加商业秘密泄露的风险。这些风险不仅可能给企业带来经济损失和法律纠纷，还可能损害企业的声誉和竞争力。

### 【防范建议】

企业需确保自身对商业秘密采取了一定的保密措施，这是商业秘密的重要构成要件。

#### ①密级管理

企业应根据商业秘密的重要性及其泄露可能造成的影响程度，对其商业秘密进行分类，并设定不同的保护层级。对于每一层级的商业秘密，都应设定清晰的保密时限和独特的标识，以便在日常管理工作中加以区分。同时，针对不同层级

的秘密信息，企业应实施差异化的保护策略，以确保各级别的商业秘密均能得到相应的安全保障措施。

### ②涉密载体

所有包含商业秘密的载体，无论是纸质文档还是电子文件等，都必须进行严格登记，并确保长期妥善保存。每一份涉及机密的材料都应被明确标注为商业秘密，并清晰标明其具体的保密层级。此外，企业需要强化对计算机信息系统、通信设备以及其他相关技术设施的安全监管，以切实保障商业秘密的信息安全。

### ③涉密场所

企业应明确设立专门的涉密场所，用于处理和存储敏感信息及相应载体。这些场所应有严格的入口管理和标识系统，确保只有授权人员可进入。对于因工作需要进入涉密区域的外部人员或其他部门员工，必须经过涉密区负责人的批准，并进行登记。同时，为防止信息外泄，还可以限制人员携带录音、摄影等可能泄密的设备进入涉密区。此外，建议企业在关键位置增设监控设施，以增强安全保障。

## 3、商业秘密侵权风险管理

### 【合规风险】

在研发、生产、经营等过程中，人员流动带来的信息泄露、合作伙伴的泄密、外部技术引进时的疏忽等都可能企业无意中侵犯他人的商业秘密权。若企业未采取充分的审查和保密措施，不仅难以维护自身的合法权益，还可能面临被他人指控侵犯商业秘密的法律风险。同时，企业的声誉和品牌形象也可能受到严重损害。

### 【防范建议】

#### ①人员引进审查

在招聘研发人员时，企业应进行全面的背景检查，尤其需要关注新员工在前任工作岗位上取得的研发成果，以及这些成果与即将在本企业从事的工作内容是否存在潜在联系，以避免潜在的知识产权冲突。对于上一段工作经历较短的应聘

者（如在上一家公司工作不足一年），企业还应进一步追溯其更早的工作经历。

### 相关信息

我国尚未出台专门的商业秘密保护法，相关的法律依据分布在多个法律法规中。

《反不正当竞争法》是我国商业秘密保护中最重要的一部法律。2019年修订的《反不正当竞争法》重新界定了商业秘密的构成要件，与TRIPS和多数国家的相关条款实现基本接轨。修订也明确了侵犯商业秘密禁止性规范、获取手段和获取对象，规定了侵害商业秘密应承担的赔偿额度最高达到“五百万元”。

此外，《中华人民共和国民法典》对技术秘密成果归属与分享、技术转让、技术秘密侵权等作出规定；《中华人民共和国公司法》对非专利技术出资（包括商业秘密中的技术秘密）作出规定；《中华人民共和国律师法》《中华人民共和国进出口商品检验法》《中华人民共和国促进科技成果转化法》等均针对在相关活动中知悉的商业秘密应负保密义务作出规定；《中华人民共和国劳动法》等对公司高级管理人员和劳动合同当事人应保守企业商业秘密有关事项作出规定；《中华人民共和国刑法》也规定侵犯商业秘密罪以及应承担的刑事责任。

在国际条约方面，中国加入了与商业秘密相关的国际多边条约主要是《保护工业产权巴黎公约》（以下简称《巴黎公约》）和世界贸易组织（WTO）的《与贸易有关的知识产权协定》（TRIPS）。

《巴黎公约》中并未明确提及商业秘密，但第十条之二中关于“不正当竞争”的规定，通常被认为是适用于商业秘密保护的条款。

TRIPS统一了商业秘密保护的国际基准，首次规定各成员国须通过立法履行保护商业秘密的义务。TRIPS中将商业秘密表述为“未披露过的信息”（Undisclosed Information），我国制定的《反不正当竞争法》第9条正是履行这一义务的体现。

## ② 商务合同审查

在审查商务合同时，应着重检查合同中关于商业秘密和知识产权的相关条款。主要核查内容包括：商业秘密的权属是否清晰界定，合同双方对保密义务的认知是否明确，泄密所需承担的法律 responsibility 是否详尽规定；同时，还需要评估保密协议中涉及的内容、范围和有效期限是否合理，是否与企业的实际运营需求和法律规

定相吻合。此外，对涉密人员的资质和要求是否恰当，以及合同中规定的保密措施是否具有实际可操作性。

#### **（四）著作权**

##### **1、官网设计**

###### **【合规风险】**

在设计企业官方网站时，若企业未注意到字库中的单个字体也受到著作权保护，可能会因未经授权使用特定字体而面临合规风险。

###### **【防范建议】**

为确保合规，企业在使用字库中的字体时，即使是免费下载或已合法购买的字体，也需仔细审查购买或下载时所附的授权条款，特别注意权利人对字体使用范围的具体限制。为降低侵权风险，建议使用企业自己原创设计的字体或已获得合法授权的字体。此外，企业还可以选择使用那些已广泛流通、进入公众领域的免费字体，以确保使用的合规性。

###### **【相关法规】**

###### **《中华人民共和国著作权法（2020年修正）》**

**第三条** 本法所称的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果，包括：

- （一）文字作品；
- （二）口述作品；
- （三）音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；
- （四）美术、建筑作品；
- （五）摄影作品；
- （六）视听作品；
- （七）工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品；

(八) 计算机软件；

(九) 符合作品特征的其他智力成果。

## 2、宣传报道

### 【合规风险】

在宣传报道中，若企业未标明文字作品的来源，直接将他人的文字作品冠以本企业名称或以匿名方式发布在企业微信公众号、网站等宣传平台上，或者仅对他人作品进行简单、非实质性的修改后就以企业自身的名义在网络上发布和推送，都可能构成著作权侵权。

### 【防范建议】

为规避上述风险，企业应优先使用原创作品进行宣传。若确需使用他人作品，务必在使用前主动与作品的权利人联系，获取其明确的使用许可，并在使用时明确标注作者姓名、作品名称及来源信息。即使某篇文章未明确标注禁止转载的字样，也不等同于该文章可以自由转载使用；同样，即使在转载宣传资料时注明了原作者和来源，但如果没有获得原作者的正式许可，仍有可能构成侵权行为。因此，企业在使用他人作品时，必须严格遵守版权法规，尊重原创精神，避免任何形式的侵权行为。

## 3、日常办公

### (1) 办公软件

### 【合规风险】

使用未经授权的办公软件，导致侵犯版权。

### 【防范建议】

为确保合规使用办公软件，企业应确保从正规渠道购买和获取所有软件，并持有相应的合法授权证明。在与供应商合作之前，务必对其提供的数字产品的版权授权情况进行严格的审核，以验证其是否拥有合法的版权使用权。此外，企业内部还应建立完善的软件资产管理制度，定期对软件的使用情况进行审查和记录。

## (2) 开源代码

### 【合规风险】

在复制、分发、修改或使用开源代码时，若企业未严格遵守相关的开源许可协议，如未附带开源许可证、版权声明，或者未按照协议规定标注修改信息，可能面临开源软件版权的侵权风险。此外，不当地处理或公开包含敏感信息的代码，还可能导致严重的数据泄露和隐私侵犯，进而损害企业的声誉并可能引发法律责任。

### 相关案例

2018年，某知名集团旗下酒店遭遇了一次严重的数据泄露事件。据报道，该集团的酒店开房记录疑似被非法获取，并在黑市上被公开售卖。数据既包括用户注册数据1.23亿条，也包括旅客入住酒店时的登记身份信息（1.3亿条）、以及详细开房记录（约2.4亿条），全部数据售价为8个比特币或520门罗币。

此次数据泄露的原因在于集团内部的工作人员以数据库连接方式上传至某面向开源及私有软件项目的托管平台时导致泄露。这一事件不仅严重侵犯了客户的隐私权，也给该集团的声誉和业务带来了重大影响。

### 【防范建议】

#### ①严格筛选开源代码来源

为确保开源代码的安全性和合规性，企业应从管理规范、代码审核严格的开源社区获取开源代码，从而降低因版权问题带来的潜在风险。

#### ②遵守开源许可协议

企业在使用开源代码时，必须严格遵守开源许可协议的各项规定，包括但不限于使用、修改、分发等方面的要求，以确保合法合规地使用开源代码。同时，企业应建立完善的开源代码使用管理制度，对开源代码的使用情况进行定期监控和审查，及时发现并纠正违规行为。

#### ③知识产权保护培训

企业应定期对开发人员进行开源软件知识产权保护的培训，提升他们的版权保护意识，确保在使用、修改和分发开源代码时严格遵守相关法律法规和开源协议。

#### ④敏感数据保护

在处理任何涉及敏感数据的代码或配置信息时，需采取额外的预防措施，如数据加密、访问控制和定期的安全审计，以防止未经授权的访问和数据泄露。

### 4、广告宣传和包装设计

#### 【合规风险】

在设计和制作过程中，如果内部设计人员或外部供应商擅自使用未经授权人授权的字体、图片、音视频、软件等素材，企业将面临严重的版权侵权风险。

#### 【防范建议】

①建立严格的素材使用制度。企业应制定明确的素材使用制度，要求员工在广告宣传和包装设计中只能使用已获得合法授权或已确认无版权纠纷的字体、图片、音视频等素材。对于外部设计供应商，应在合同中明确要求其遵守相同的素材使用规定，并承担由此产生的任何法律后果。

②加强正版素材和软件管理。企业应鼓励员工使用正版素材和软件，并提供正版购买渠道和资金支持。可以设立专门的预算用于购买正版素材和软件，以确保设计团队有足够的资源使用合法授权的产品。

③强化内部知识产权培训。定期为内部设计人员进行知识产权培训，提高他们对版权问题的认识和敏感度。培训内容包括但不限于版权法基础知识、如何识别侵权素材、如何合法获取和使用素材等。

## （五）其他知识产权问题

### 1、跨境电商知识产权

#### （1）电商店铺运营管理

#### 【合规风险】

企业在经营中如侵犯他人知识产权，可能导致企业产品下架，资金账户被冻结，资金被强制划走等后果，给企业造成经济损失和名誉损失，典型侵权行为包括：

①使用容易造成混淆的信息作为店铺名称，如名人姓名，与知名品牌相同或近似品牌，他人品牌变形词或衍生词，未获得授权的地理标志等；

②对于在电子商务平台上销售的产品，图案、照片、肖像、视频、音频、装潢、字体、说明文字等侵犯他人知识产权；

③未经许可使用他人的商标、字号、商品服务文字和图形做超链接标志或设置为搜索引擎关键词，并以此吸引消费者点击或进入。

### 【防范建议】

#### ①知识产权风险排查与预警

在产品上架前，企业应进行全面的知识产权风险排查，包括但不限于对产品的设计、图案、商标、版权等进行全面审查。这应涉及对供应商提供的货物进行严格审查，确保所有销售的商品均已获得合法授权，不侵犯任何第三方的知识产权。同时，建立预警机制，对潜在的侵权风险进行实时监控和评估，以便及时采取措施。

#### ②合规的网络营销和推广

企业应加强自律，确保所有营销和推广活动均符合相关法律法规和平台政策。避免使用可能造成消费者混淆的店铺名称、产品描述、关键词等，不使用未经授权的商标、字号、商品服务文字和图形。此外，对于使用的任何第三方素材，如图片、视频等，都应确保已获得适当的授权或使用许可。

### (2) 电商平台纠纷处理

### 【合规风险】

在跨境电商平台上运营的企业，若不充分了解并遵守平台的知识产权保护规则，不采取措施应对纠纷，可能会面临商品下架、账户冻结等处罚，导致经济损失和商誉受损。此外，面对侵权诉讼时，若企业不积极应诉，可能会因回避应诉、

缺席判决而承担不利后果，失去维护合法权益的机会。

### 【防范建议】

#### ①平台入驻前的审查

在计划入驻境外电商平台之前，企业应进行全面而细致的平台审查。对平台整体运营情况、市场定位、用户群体以及服务质量等方面的深入了解。同时，企业应关注并理解经营所在电商平台的各项细则，如商品交易流程、市场管理办法、知识产权保护政策以及违规行为的认定和处理机制等。审查过程中还应重点关注规则中涉及的管辖和法律适用条款，明确纠纷诉讼的可能发生地以及将适用的法律条款，以便在遇到问题时能够迅速而有效地应对。

#### ②投诉应对策略

当电商企业遇到线上产品被投诉下架等纠纷时，应保持冷静，首先自查产品是否侵权或违反平台规定，然后积极与平台和投诉方沟通，提供不侵权证据或寻求合作解决方案，并妥善保存关键证据以备不时之需，从而有效保护企业权益并降低负面影响。

#### ③诉讼应对策略

在实践中，许多被告，尤其是中小微企业和个体经营者，常常因为应诉能力有限而选择和解或放弃应诉，大量案件以法院缺席判决告终。然而，这种做法实际上放弃了被告的诉讼权利，可能带来不利后果。

当面临法律诉讼时，若相关法律文书通过电子邮件送达，企业可以以电子邮件送达不符合《海牙送达公约》为由进行抗辩。中国在加入《海牙送达公约》时，明确反对适用《海牙送达公约》第10条规定的“直接邮寄送达”。至于“直接邮寄送达”是否包括电子送达，《全国法院涉外商事海事审判工作座谈会会议纪要》第11条规定，受送达人所

#### 相关信息

在面对海外知识产权纠纷时，电商企业可以向国家知识产权局设立的国家海外知识产权纠纷应对指导中心（联系电话：4008869286-6）以及各地分中心（<http://www.worldip.cn>）咨询并寻求专业的指导和帮助。

在国系《海牙送达公约》成员国，并在公约项下声明反对邮寄方式送达的，应推定其不允许电子送达方式，人民法院不能采用电子送达方式。这条规定也可以表明中国对《海牙送达公约》第 10 条“直接邮寄送达”的反对意见，实际上也包括了反对电子送达。

#### ④提供准确的物理地址

企业在平台注册时，应提供准确且有效的物理地址。这不仅有助于确保企业能够及时接收到各类法律文书和商业信函，还能在企业被诉时，作为抗辩的重要依据。根据《海牙送达公约》第 1 条规定，《海牙送达公约》不适用于送达文件的收件人地址不明的情况。因此，在注册时留有物理地址对于企业适用《海牙送达公约》至关重要。

#### 相关案例：LUCKTTICA 集团和 Oakley 公司诉 906 名被告商标侵权案件

LUCKTTICA 集团和 Oakley 公司拥有多个与 Ray-Ban 和 Oakley 品牌太阳镜、服装和配饰相关的商标，对在亚马逊、ebay 等平台上销售涉嫌假冒其商标商品的 906 名被告提起诉讼。其中 6 名被告以原告通过电子邮件送达法律文书不符合《海牙送达公约》为由，提出驳回诉讼请求。法院经过审理，支持了被告的动议，主要基于以下理由：

1、未尽合理努力查明地址：被告提供证据表明其向阿里巴巴备案信息中，已包括了地址；并且在向原告寄送货物时，也留有其在中国的退货地址。原告未能通过合理努力确认被告的实际物理地址，不能因《海牙送达公约》第一条关于公约不适用的例外情形，即“本公约不适用于送达文件的收件人地址不明的情况”而排除《海牙送达公约》的适用。2、电子邮件送达不符合公约：尽管原告引用了一些案例和法律规定来支持电子邮件送达的合法性，但法院认为电子邮件送达绕开了《海牙送达公约》允许的方式，特别是中国对《海牙送达公约》第 10(a) 条提出了保留，即反对通过邮寄途径送达，而法院在此案中将电子邮件视为邮寄途径的一种。

因此，法院认为，用电子邮件的形式送达，绕开了《海牙送达公约》允许的方式，支持被告驳回诉讼请求的动议。

### (3) 电商交易走私风险

### 【合规风险】

在跨境电商交易中，存在一些可能导致被认定为走私的风险行为，例如通过低于市场正常价格的“包税进口”方式引进商品，故意低报商品价格以逃避关税，特别需要警惕的是“刷单”行为，即利用非实际购买者的身份信息进行虚假下单和进口申报。这种行为不仅可能被海关认定为申报不实或伪报贸易方式走私，还可能在国内市场流通环节被市场监督管理部门视为虚假交易或虚假宣传等不正当竞争行为，进而受到相应的法律处罚。

### 【防范建议】

#### ①深入了解并遵守相关法规

企业应深入了解并严格遵守国家关于跨境电商的相关规定，确保所有进口活动均合法合规。可以设立专门的合规团队或委托专业法律顾问进行定期的法律培训和指导，以确保企业运营始终在法律的框架内进行。

#### ②准确申报与记录管理

企业在进行跨境电商交易时，必须按照实际交易价格如实向海关申报，并确保所有相关记录和文件的完整性和准确性。建立严格的内部审计机制，定期对进口活动的合规性进行检查，及时发现并纠正可能存在的问题。

#### ③坚决抵制虚假交易

企业应明确禁止员工、合作伙伴或第三方参与任何形式的“刷单”或其他虚假交易行为。建立举报机制，鼓励内部员工和外部合作伙伴积极举报发现的虚假交易行为，确保所有交易都是真实有效的。

## 2、展会知识产权

### 【合规风险】

#### (1) 专利侵权风险

参展的产品、包装、展位设计以及相关的生产方法、技术和外观设计可能会侵犯他人的发明专利、实用新型专利或外观设计专利权。

## （2）商标侵权风险

涉及商标许可超期使用、商标在展会举办国被抢注等问题。展示带有他人注册商标的样品、使用注册商标进行交易，或在展台上摆放无法确定商标归属的样品及非展品，都可能构成商标侵权。此外，使用其他经过认证类、公益类标识的，也应当核实是否已经在境外被注册为商标。

## （3）著作权侵权风险

展台布局设计、广告手册、宣传口号、图像、产品说明，以及现场使用的软件或背景音乐，都可能涉及侵犯他人的著作权。

## （4）商业秘密泄露风险

在涉外展览中，如果对产品及其介绍材料审查不严，或对展览人员缺乏充分的保密培训，可能会导致商业秘密的泄露，损害企业利益。

### 【防范建议】

#### （1）参展前的准备

①对参展产品所在领域的专利进行检索，对参展产品、包装及宣传材料使用的商业标识进行注册商标的检索。尽量选择无知识产权风险或风险可承担的产品参展。

②为了充分准备应对可能的知识产权争端，企业应提前整理和准备相关的知识产权权属证明材料。

③知识产权保险投保。常见知识产权保险包括专利侵权损失保险，针对企业可能面临的知识产权项下第三方索赔风险，被保险企业在被他人起诉侵权时所需支付的费用和赔偿金由保险公司按照合同约定赔付；以及专利被侵权损失保险，适用于企业主动维权的情况，承保范围为被保险企业在起诉侵权人时所必须支出的费用。

④在产品或技术的进出口业务中，为确保与产品和技术相关的商业秘密不被泄露，企业应统一产品规格、材料、生产流程和技术细节等介绍资料的口径，还应应对参展人员进行有关竞争对手识别和保密措施的培训。

## 相关信息

2022年5月，浙江正式发布《浙江省知识产权保险创新试点改革方案》，大力建设全省知识产权保险政策支撑体系和公共服务体系。多家保险公司入驻“浙江知识产权在线”平台（<https://zscqyjs.zjamr.zj.gov.cn/>）“知识产权保险”专区，所提供的保险产品涵盖境外展会专利纠纷法律费用保险、专利执行保险、专利被侵权损失保险、专利代理责任保险、商标被侵权损失保险、地理标志被侵权损失保险、马德里商标注册申请费用损失补偿保险、海外知识产权法律费用保险等多个领域。专区持续更新优化保险产品资源库，为创新主体提供产品介绍、匹配洽谈、意向申请等“一条龙”线上对接服务。

### （2）参展中的风险应对

在展会过程中，企业可能会面临来自其他企业的知识产权投诉，或者发现竞争对手侵犯了自己的知识产权。这时，企业需要有明确的应对策略：

#### ①警告信函

如果权利人认为其权利被侵犯，可以请律师发出警告信，要求参展企业停止侵权行为。如参展企业收到此类信函，应谨慎处理，并积极与对方进行协商。

#### ②临时禁令

如果警告无效，权利人可能会向法院申请临时禁令，以阻止侵权产品展出。参展企业在收到禁令后，应立即与法庭联系，提出反对禁令的动议。在德国，企业还可以提前向法院提交“保护信函”，说明为何不应对其产品颁发禁令，这有助于争取到庭审机会或说服法官不颁发禁令。

#### ③海关扣押

在一些国家，权利人也可以通过海关执法途径进行维权。例如，在德国，权利人可以请求海关扣押涉嫌侵权的展品。如果展品被海关扣押，参展商有权在规定时间内提出抗辩。如果展品最终被认定为非侵权，权利人需赔偿参展商的损失；如果确实侵权，参展商可以选择让海关处置扣押的产品，避免发生更多的损失。

#### ④现场搜查展台

如果执法人员对展台进行搜查，参展商应保持冷静，避免与执法人员发生冲突。要核实搜查令的合法性，并只对搜查令范围内的物品予以配合。这有助于保护企业的合法权益，同时避免不必要的法律风险。

### 3、不正当竞争行为

在国际商业活动中，不正当竞争行为不仅损害竞争对手的权益，还可能破坏整个市场的公平竞争环境。《保护工业产权巴黎公约》与《与贸易有关的知识产权协议》等国际法规已对不正当竞争行为进行了较为明确的界定与规范。

为了帮助企业更好地理解和遵守相关规则，在对外贸易中保持合规，本指引将结合中国《反不正当竞争法》的相关规定，对以下关键的不正当竞争行为进行重点阐释和风险防范指导。企业应当严格遵守，以确保自身商业行为的正当性和合法性，共同维护良好的市场竞争秩序。

#### 相关信息

《保护工业产权巴黎公约》第10条之2第2款明确界定了不正当竞争行为，即“凡在工商业事务中违反诚实的习惯做法的竞争行为构成不正当竞争行为”，并在该条款列举了特别应予禁止的三种不正当竞争行为：商业混淆行为、诋毁商誉行为、引人误解行为。《与贸易有关的知识产权协议》对巴黎公约的规定予以吸收和包容，并对巴黎公约没有规定的未公开的信息（商业秘密）作了规定。此外，WIPO《反不正当竞争法示范条款》进一步将与知识产权保护相关的不正当竞争行为概括为五种类型，这些行为包括：对他人企业或活动的混同行为、损害他人商誉或声誉的行为、误导公众的行为、诋毁他人企业或其活动的行为，以及针对秘密信息的不正当竞争行为。

#### (1) 混淆

#### 【合规风险】

混淆行为包括使用与他人商标、商号、包装、装潢等相似或具有混淆性的标

识，或提供虚假或误导性的事实描述，可能会引起消费者混淆，导致他们误认为该商品或服务与他人存在关联、联系或合作关系，或者误认为其商品、服务或商业活动是由他人发起、赞助或批准的行为。这种导致消费者产生误认或混淆的行为是《中华人民共和国反不正当竞争法》列举的首要的不正当竞争行为，其他国家和地区的反不正当竞争法均将其作为不正当竞争行为予以禁止。

### 【防范建议】

#### ①加强品牌保护意识

企业应积极注册并保护自己的商标、商号、包装和装潢等知识产权。同时，要密切关注市场动态，及时发现并制止任何潜在的混淆行为。此外，通过教育和培训，提高员工对品牌保护的认识和重视程度，确保企业在日常经营中始终遵守相关法律法规，不参与任何可能引起混淆的行为。

#### ②明确标识和区分

企业在设计产品包装、装潢和宣传材料时，应注重突出自身特色，避免与他人商标、商号等产生相似性。在产品上明确标注企业自己的商标、名称等信息，以便消费者能够清晰识别。同时，在宣传和推广过程中，要准确传达产品信息，避免提供虚假或误导性的描述，从而减少消费者产生混淆的可能性。

### 【相关法规】

#### 《中华人民共和国反不正当竞争法（2019年修正）》

**第六条** 经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：

（一）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；

（二）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；

（三）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；

(四)其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

## (2) 虚假宣传

### 【合规风险】

虚假宣传是一种不正当的市场推广手段。在对外贸易中，企业夸大产品性能或功效、虚构销售数据或市场份额、伪造用户评价或客户反馈、冒用或伪造行业认证、荣誉证书等不真实或误导性的商业宣传行为都可能被认定为虚假宣传，不仅会损害其品牌声誉和消费者信任，还可能导致企业面临法律诉讼和行政处罚。

### 【防范建议】

#### ①坚守诚信原则

企业应始终坚守诚信经营的原则，不进行任何形式的夸大或虚假宣传。所有宣传材料和信息都应基于事实，准确反映产品或服务的真实情况。

#### ②严格审查宣传材料

在发布任何宣传材料之前，企业应建立严格的审查机制，确保所有宣传内容都经过核实，避免误导消费者。

#### ③避免诱导性评价

企业不应通过返现、红包、卡券等方式足以诱导用户做出指定评价、点赞、转发、定向投票等互动行为，不得通过诱导买家、虚假交易等不正当方式获取不真实的评价。

#### ④建立投诉处理机制

企业应设立专门的投诉处理渠道，及时回应和解决消费者对宣传内容的疑问或投诉，以维护品牌形象和消费者信任。

## (3) 商业贿赂

### 【合规风险】

商业贿赂，作为寻求商业利益的一种不正当手段，对正常的市场竞争秩序产

生了极大的危害。此类行为可能违反国际条约和国内法律，导致企业面临高额罚金、民事责任甚至刑事责任。

### 【防范建议】

#### ①警惕并抵制各种形式的商业贿赂手段

企业应对任何形式的商业贿赂持零容忍态度。无论是通过现金、实物还是服务进行利益交换，都应明确禁止，还应特别留意那些以支付宣传费、服务费为名进行的隐蔽贿赂行为。为确保合规，企业应严格监控费用报销流程，并警惕通过虚假报销进行贿赂的行为。此外，提供旅游、考察或明显盈利的业务项目等也应被视为潜在的商业贿赂行为，并予以坚决抵制。

#### ②建立严格的反贿赂政策

企业应制定明确的反贿赂政策，明确禁止任何形式的商业贿赂，并规定相应的处罚措施，这些政策应纳入员工手册，成为企业文化的重要组成部分。为降低风险，企业还可以将某些高风险活动，如礼品赠送和接受、餐饮娱乐等，进行事前审批。

#### ③加强员工培训和教育

企业应开展专门的反商业贿赂培训，所有境外管理人员都应定期参加此类培训，以确保员工对反商业贿赂政策的深入理解。所有相关培训均应做好记录留存。

#### ④建立举报机制

设立内部举报渠道，鼓励员工积极举报发现的商业贿赂行为。对于举报属实的员工，可以给予一定的奖励，以激励大家共同维护企业的廉洁文化。同时，还应严格保密该个人的身份信息，以确保他人不会对其进行打击报复。

#### ⑤如实入账

在商业交易中，企业可以明示方式向交易方支付折扣或向中间人支付佣金，以获得竞争优势。但这些支付必须如实入账，接受方也应确保透明记录。这是维护企业声誉和市场公平竞争的关键一环。

## 相关信息

美国《反海外腐败法》（Foreign Corrupt Practices Act，简称 FCPA）是以规制行贿人的海外贿赂行为为视角而制定的单行法案，根据 FCPA 规定，外国在美上市的企业及其关联企业、美国企业在境外设立的子企业、代表处及其雇员，以及在美国境内从事贿赂行为（包括通过美国的金融工具转账）的外国企业或者个人，都有可能受到该法的管辖。

《反海外腐败法》禁止如下三类主体向外国官员实施贿赂：证券发行人及其管理人员、董事、职员、代理人或股东；美国国内实体及其管理人员、董事、职员、代理人或股东；除了上述证券发行人和国内实体以外的，在美国境内通过代理或者亲自实施贿赂外国官员行为（包括提供、承诺或授权支付）的外国个人或实体。

在贿赂的责任后果方面，除了对于公司的巨额罚款外，根据 FCPA 的规定，跨国公司因商业贿赂违法的后果还包括对公司高管的监禁、对公司可能长达数年的调查与审计、限制或禁止参与美国政府的政府采购项目、丧失出口资质、丧失参与证券业务的资格、禁止参与美国期货贸易委员会和美国海外私人投资委员会的代理项目等严格的处罚。

## （4）商业诋毁

### 【合规风险】

企业通过发布虚假信息、散播恶意评价等手段，故意损害他人的商业信誉和商品声誉，这种行为构成了商业诋毁，可能需要承担民事责任以及行政处罚风险。竞争对手也可能利用这种手段进行不正当竞争，通过给他人恶意差评来扰乱市场秩序。

### 【防范建议】

在市场竞争中，企业应保持理性、公平和诚信的竞争态度。避免通过不正当手段损害竞争对手的声誉来获取市场优势，避免发布或传播关于竞争对手的虚假信息或恶意评价。

如遇到竞争对手或不明身份的第三方给予的恶意差评，应迅速采取行动。首

先，收集并保存相关证据，如评价截图、发布者信息等。其次，及时向相关电商平台或监管机构投诉举报，并提供充分的证据支持，电商平台一般会根据这些卖家的历史购物记录、IP 信息、购物路径、过往的评论等信息来进行综合判断是否为恶意差评。