

电动车企业出海知识产权风险 防控与合规指引

Intellectual Property Risk Prevention and
Compliance Guidelines for Electric Vehicle
Enterprises Going Global

2026年版

指导单位：

无锡市锡山区司法局

编制单位：

无锡市海外知识产权公共服务平台

无锡市知识产权协会

北京德恒（无锡）律师事务所



电动车企业出海知识产权风险防控与合规指引

(2026 版)

目录

前 言	1
一、编制背景	2
二、编制目的	3
三、适用对象与使用说明	4
第一章 电动车产业全球化趋势与挑战	6
一、全球电动车产业发展总体态势	6
二、区域市场格局与监管差异	6
三、产业链与供应链全球重构趋势	7
四、关键技术演进与专利竞争态势	7
五、国际贸易与合规政策变化影响	8
六、数据安全与产品合规新要求	8
七、商业模式变化（跨境电商与本地化运营）	9
八、电动车企业出海发展现状与知识产权形势	9
九、中国（江苏/无锡）企业出海机遇与挑战	11
第二章 电动车出海知识产权风险全景	13
一、风险总体框架与分类	13
（一）风险识别维度（技术、品牌、合规、商业）	13
（二）风险发生阶段与影响路径	13
二、专利风险（核心风险类别）	14
（一）三电系统专利壁垒（电池 / 电机 / 电控）	14
（二）智能驾驶与车联网技术专利风险	15
（三）标准必要专利（SEP）风险	16
（四）专利侵权判定逻辑	16
三、商标风险	17
（一）海外商标抢注与恶意注册	17
（二）品牌近似与侵权纠纷	18
（三）多语言商标冲突	18
（四）跨境电商平台商标风险	18
四、外观设计风险	19
（一）整车外观侵权风险	19
（二）零部件设计侵权风险	19
（三）各国外观设计保护差异	20

五、 著作权与软件风险	20
(一) 车载系统 UI/UX 侵权风险	20
(二) 软件及数据版权问题	20
六、 合规与监管风险	21
(一) 产品准入与认证要求	21
(三) 数据合规与隐私保护	21
(三) 出口管制与技术限制	22
七、 风险特征总结与关键提示	22
第三章 出海知识产权布局与风险防控策略	26
一、 总体策略原则	26
(一) 风险前置原则	26
(二) 合规与商业并重原则	26
(三) 量化决策原则	26
(四) 证据固定化原则	26
二、 出海前阶段：前置布局与风险规避	26
(一) 专利层面	27
(二) 商标与品牌层面	30
三、 出海中阶段：合规与风险控制	33
(一) 知识产权合规审查机制	34
(二) 海关知识产权保护机制	34
(三) 跨境电商平台知识产权保护规则与应对	35
四、 合同中的知识产权风险控制	37
五、 出海后阶段：监测、维权与运营	39
(一) 侵权监测与预警机制	40
(二) 海外维权路径选择（诉讼、和解与许可）	40
(三) 专利许可与商业化运营	41
(四) 品牌维护与市场声誉管理	43
六、 企业知识产权管理体系建设	44
(一) 组织架构与职责分工	45
(二) 制度设计与流程建设	45
(三) 数据化与数字化工具应用	46
第四章 重点国家与区域知识产权环境分析	48
一、 欧盟市场	48
(一) 专利与外观保护特点	48
(二) 产品合规与认证要求	49
(三) 执法与维权环境	50
二、 美国市场	51

(一) 专利诉讼环境与高风险特征	51
(二) 专利运营与许可机制	51
(三) 商标与品牌保护环境	52
三、东南亚市场	52
(一) 商标抢注高发问题	53
(二) 各国制度差异与碎片化特点	53
(三) 维权难点：东南亚知识产权维权的"三难困境"	54
四、其他重点市场（中东、拉美等）	55
第五章 电动车企业出海知识产权合规操作指引	57
一、出海前合规检查清单	57
(一) 专利检查清单	57
(二) 商标检查清单	58
(三) 产品合规检查清单	59
(四) 合同风险检查清单	61
二、出海中风险控制清单	63
三、出海后监测与维权清单	66
(一) 风险监测清单（持续感知风险）	66
(二) 风险应对清单（规范处置风险）	67
(三) 持续管理清单（体系化管控风险）	68
四、常见问题与应对建议（FAQ）	69
第六章 典型案例与实务解析	75
一、专利风险案例	75
二、商标纠纷案例	77
三、跨境电商侵权案例	79
四、海外诉讼与和解案例	80
第七章 电动车企业出海知识产权服务体系	82
一、出海知识产权服务全景	82
二、风险预警与监测服务	83
三、高价值专利布局服务	84
四、海外商标与品牌保护服务	85
五、跨境电商知识产权保护服务	86
六、一站式出海知识产权解决方案	87
声明	89
附录	90
附录一：主要国家知识产权申请路径对照表	90
附录二：电动车核心技术专利分类参考	93
附录三：常用国际知识产权组织与平台	96

附录说明: 100

前言

随着全球绿色低碳发展进程加快，电动车产业正成为推动能源结构转型与交通领域变革的重要力量。中国电动车产业依托完善的制造体系、持续增强的技术创新能力以及不断优化的产业生态，已在全球市场中占据重要地位，企业国际化发展步伐显著加快。

在电动车企业“走出去”的过程中，国际市场环境日益复杂，知识产权已成为影响企业进入海外市场、参与国际竞争及实现可持续发展的关键因素。一方面，发达国家在核心技术领域长期构建专利壁垒，技术封锁与专利交叉许可成为常态；另一方面，不同国家在知识产权保护制度、执法规则及合规要求方面差异显著，叠加跨境电商规则、数据合规及产品认证等多重因素，使企业出海面临的风险与挑战持续加大。

在此背景下，系统梳理电动车企业出海过程中的知识产权风险类型，明确防控路径与合规要求，对于提升企业国际竞争能力、保障产业链安全具有重要意义。

本指引立足电动车产业出海发展实际，围绕知识产权风险防控与合规管理需求，构建覆盖“出海前—出海中—出海后”的全流程指导体系，旨在为企业提供系统性、可操作的参考依据，助力电动车产业实现高质量国际化发展。

一、编制背景

为贯彻落实国家关于加强涉外知识产权保护的相关部署，在无锡市锡山区司法局指导下，由无锡市知识产权协会；无锡市海外知识产权公共服务平台、北京德恒（无锡）律师事务所组织编制本指引，旨在服务电动车产业高质量“走出去”，系统提升企业涉外知识产权风险防控与合规管理能力，特编制本指引。

近年来，在全球绿色低碳转型与产业结构加速调整的背景下，电动车产业已成为各国竞相布局的战略新兴新兴产业，中国依托完善的产业链体系和持续增强的技术创新能力，迅速成长为全球电动车生产与出口的重要基地。以整车制造及“三电系统”（电池、电机、电控）为核心的产业链不断完善，一批电动车企业加快“走出去”步伐，积极开拓欧洲、东南亚、南美及中东等海外市场，出海模式也由单一产品出口逐步向品牌化、本地化和全球化运营升级。

与此同时，国家层面高度重视涉外知识产权保护与企业国际化发展，持续完善相关政策体系与制度供给，强化知识产权在国际竞争中的战略支撑作用。知识产权正从传统的“合规要素”转变为影响企业国际市场准入、技术安全与品牌竞争力的“关键变量”，在企业出海过程中的重要性日益凸显。

作为我国电动车产业的重要集聚区，江苏省围绕产业链完善与创新驱动发展，持续推进知识产权创造、运用与保护的协同发展，强化面向海外市场的知识产权服务支撑能力，推动构建适应企业“走出去”的知识产权协同治理体系。在政策引导与产业升级的双重驱动下，电动车企业出海步伐不断加快，知识产权问题也随之成为企业必须直面的关键议题。

无锡市作为国内重要的电动车生产基地，产业基础雄厚、出口导向明显。近年来，无锡市政府积极推动电动车产业“抱团出海”，通过支持行业组织建设（如锡山电动车对外贸易协会）等方式，促进企业资源整合与协同发展，提

升整体国际竞争能力。在这一过程中，知识产权问题逐步从“潜在风险”演变为企业出海过程中普遍关注的“刚性需求”和“核心痛点”。

从实践来看，部分企业在出海过程中，由于前期知识产权布局不足或风险评估不充分，已在不同国家和地区遭遇一系列典型问题，包括专利侵权纠纷导致产品被禁售、商标被抢注影响品牌使用、跨境电商平台产品下架、海关扣押货物等。这些问题不仅直接影响企业市场拓展与品牌建设，甚至可能带来较大的经济损失和发展风险。

同时，不同国家和地区在知识产权保护制度、审查标准、执法环境及合规要求等方面存在显著差异，叠加标准必要专利（SEP）、产品准入认证、数据合规等多重规则约束，进一步加大了企业出海的不确定性与复杂性。企业若缺乏系统性的知识产权风险识别能力与合规管理体系，往往难以及时应对复杂多变的国际竞争环境。

在此背景下，在主管部门指导与专业服务机构支撑下，围绕电动车这一重点产业，系统梳理企业出海过程中面临的知识产权风险类型、发生机制及防控路径，形成具有针对性、系统性和可操作性的指引性文件，对于提升企业风险防控能力、保障产业链安全、推动电动车产业高质量“走出去”具有重要意义。

二、编制目的

本指引立足电动车产业出海发展实际，围绕知识产权风险防控与合规管理需求，构建覆盖企业出海全生命周期的系统性指导框架，重点实现以下目标：

（一）强化风险意识，提升企业认知水平

通过系统梳理电动车企业出海面临的主要知识产权风险与典型问题，提升企业对涉外知识产权风险的整体认知，推动从“事后应对”向“事前防控”转

变。

（二）构建风险识别体系，明确重点防控方向

从专利、商标、外观设计、著作权及合规监管等维度出发，建立电动车出海知识产权风险全景框架，帮助企业精准识别关键风险点。

（三）提供可操作路径，增强实务应对能力

围绕出海前、出海中及出海后的不同阶段，提出针对性的知识产权布局策略与风险防控措施，为企业提供可落地的操作指引。

（四）支撑企业国际化发展战略

引导企业将知识产权纳入全球化发展战略，通过高质量专利布局与品牌保护，提升技术壁垒与市场竞争力，实现可持续发展。

（五）推动产业协同与服务体系建设

依托地方产业基础与服务平台，促进知识产权服务资源整合与协同供给，构建支撑电动车企业出海的知识产权服务生态体系。

三、适用对象与使用说明

（一）适用对象

本指引主要面向电动车产业链中具有海外市场拓展需求或已开展国际业务的相关主体，包括但不限于：

（1）整车制造企业

涵盖两轮电动车、三轮电动车及其他类型电动车整车生产企业，重点适用于正在或计划开展出口贸易、品牌出海或海外建厂的企业。

（2）核心零部件企业

包括电池、电机、电控等“三电系统”相关企业，以及关键零部件与配

套产品供应商。

(3) 智能网联与配套服务企业

涉及车联网系统、智能控制软件、车载系统、数据服务等相关企业。

(4) 跨境电商与外贸企业

通过跨境电商平台或外贸渠道开展电动车及相关产品出口业务的企业。

(5) 行业服务机构与相关单位

包括知识产权服务机构、行业协会、产业园区及相关管理部门等，可将本指引作为开展服务支撑和政策实施的参考依据。

(二) 使用说明

本指引围绕电动车企业出海过程中的知识产权风险防控与合规管理，构建了覆盖“出海前—出海中—出海后”的全流程指导框架，供企业结合自身实际参考使用。

(1) 出海前阶段

用于开展海外市场知识产权风险评估，重点参考风险识别、专利检索及商标布局等内容。

(2) 出海中阶段

用于指导企业在出口及市场运营过程中落实知识产权合规要求，降低侵权及合规风险。

(3) 出海后阶段

用于支持企业开展风险监测与纠纷应对，提升海外知识产权保护能力。

(4) 内部管理与决策参考

可作为企业完善知识产权管理体系及制定出海战略的重要参考依据。

第一章 电动车产业全球化趋势与挑战

一、全球电动车产业发展总体态势

全球电动车市场在政策推动与技术进步的双重驱动下进入快速扩张期——新能源政策、减碳目标与补贴/激励机制持续拉动需求，使电动车在主要市场的渗透率显著提高，销量呈倍增式增长（见全球能源机构数据）。与此同时，产业竞争呈现从“价格+产能”向“技术+品牌+服务”的结构性转变：企业不再满足于单纯的出口份额增长，而更注重海外本地化生产、品牌运营与售后生态建设。

事实与影响：

销量规模扩大带来更高的专利与标准竞争密度，关键子系统（动力电池、驱动电机、功率电子与智能驾驶）成为专利争夺的主战场。

出口端从“商品输出”向“体系输出”演进（含本地化组装、渠道/服务网络、品牌经营），这要求企业在进入市场前具备更完整的合规、IP 与商业部署能力。

二、区域市场格局与监管差异

全球需求与产业布局呈多极化特征：发达市场（如 European Union、United States）对技术安全、产品认证与标准合规要求严格；新兴市场（如 Southeast Asia、Latin America）则因市场开放与价格敏感性，成为制造与出口的重点目标。中国（China）企业正在利用这一格局，通过海外建厂与地区化生产提升竞争优势（例如在拉美、本地化工厂扩张的案例如今更为普遍）。

监管差异的直接后果：

1、高标准市场会通过认证、技术规范和严格的执法（包括专利诉讼、产品禁售）提高准入门槛；

2、新兴市场则更多表现为商标抢注、行政执行不一致、海关查扣等操作性风险。

3、企业出海必须以“市场分层的合规策略”代替一刀切的通用做法。

三、产业链与供应链全球重构趋势

面对贸易摩擦、关税政策与地缘政治风险，全球汽车企业加速推进供应链与制造基地的多元化与本地化部署。一方面，这一趋势降低了单一市场或产地中断的经营风险；另一方面也将专利、技术转移与许可安排带入复杂的跨境合规问题——例如技术输出中涉密技术、SEP 与跨国许可的法律风险明显上升。近期关于进口关税与本土化要求的政策波动，已对跨国厂商的定价、利润与合规成本产生实质影响。

企业要点：供应链本地化不能仅看成本与产能，必须将知识产权布局、技术许可与合规成本纳入决策模型，明确哪些核心技术需要保留、哪些可以通过许可或合资放开。

四、关键技术演进与专利竞争态势

电动车产业的技术竞争高度集中在电池化学、热管理、驱控一体化、以及智能网联与 ADAS（高级驾驶辅助）系统。技术的模块化与软件定义车辆（SDV）趋势，使得软件著作权、算法专利、数据权属与 OTA 更新的合规性成为新的战争前沿。与此同时，标准必要专利（SEP）与行业标准制定过程愈发重要，制高点会直接转化为市场准入的“通行证”。这些技术与标准的博弈，往往带来复

杂的专利交叉诉讼与许可谈判。

IP 含义：企业在研发投入时必须同步考虑专利可授权性、抗辩证据、标准关系（SEP 暴露）与许可策略，把 IP 工作由“事后应对”上升为“研发协同的前置环节”。

五、国际贸易与合规政策变化影响

近年主要市场在贸易与产业政策上出现显著波动（包括关税、补贴、产地认定与“本土化”激励措施等），这些政策变化对跨境定价、进口成本与市场准入路径产生直接影响。例如，部分国家/地区针对进口车型或中国制造的电动车实施差别化关税或审批政策，导致企业必须在短期内调整供应链与定价策略。政策的不可预测性增加了企业的法律合规成本与市场进入成本。

合规建议要点：建立灵活的市场进入方案（多备选方案）、加强对贸易政策的监测，并将关税/贸易风险以“情景化”方式纳入商业模型。

六、数据安全与产品合规新要求

电动车日益依赖车联网、大数据与云端服务，用户数据、地图数据与 OTA 能力成为重要的产品差异化要素，但也引出数据主权、隐私保护与网络安全合规要求。目标市场对车载数据的跨境传输、存储与处理有不同监管要求，部分市场对软件安全与远程升级流程提出严格审查。未能满足相关要求的企业，可能在上市前或上市后面临合规阻碍甚至下架风险。

企业动作清单：在产品开发早期确定数据治理架构、进行隐私影响评估、并设计可审计的 OTA 与网络安全方案；在目标国建立或委托合规化的本地数据处理与存储节点（如有必要）。

七、商业模式变化（跨境电商与本地化运营）

随着跨境电商成为出海的重要渠道，企业既能快速铺货、试水市场，也面临平台侵权投诉、高效下架机制与商标/款式被模仿的现实风险。另一方面，传统经销与本地化服务网络建立速度慢但更有利于品牌长期经营。短期内“双轨并行”的商业模式成为多数出海企业的选择，但这要求企业同时具备线上平台IP保护能力与线下法律/运营支持体系。

实务要点：构建跨境电商策略时，应同步完成商标备案、平台品牌备案与证据链准备，配合海关记录与本地法律顾问以缩短应对时间窗口。

八、电动车企业出海发展现状与知识产权形势

在全球电动车产业加速国际化的背景下，中国企业正由“产品输出”向“体系输出”转变。出海路径不断升级的同时，知识产权问题也从边缘性风险逐步演变为核心约束因素，并呈现出明显的阶段性演进特征。

（一）电动车企业出海路径演进

当前，中国电动车企业主要通过三类路径参与国际市场竞争：

（1）整车出口模式

企业以整车产品直接进入海外市场，具有启动快、成本低的特点，适用于出海初期。

但在该模式下，企业往往缺乏目标市场的知识产权布局，易遭遇商标抢注、外观侵权及海关执法风险，属于“高效率、低防护”模式。

（2）KD模式（散件组装）

通过CKD/SKD方式在海外进行组装生产，实现关税优化与本地适配。

该模式对供应链与技术输出要求较高，知识产权风险由单一产品层面延伸至核心零部件专利、技术许可及制造工艺，呈现出“技术化、系统化”特征。

(3) 海外建厂与本地化运营

企业通过设立海外生产基地或本地化运营，实现深度市场融入。

该模式属于国际化高级阶段，但企业需全面面对目标国家的知识产权制度、合规监管及法律体系，风险由单点问题演变为全链条、长期性风险。

(二) 出海路径与知识产权风险的耦合关系

不同出海路径对应不同风险类型，呈现出明显的耦合关系：

(1) 整车出口模式：以商标风险、外观侵权及海关扣押风险为主

(2) KD 模式：以核心技术专利风险与技术许可风险为主

(3) 海外建厂模式：涉及专利、商标、数据合规及技术出口管制等系统性风险

这一特征表明，知识产权问题已深度嵌入企业商业模式，不再是独立的法律问题。

(三) 知识产权形势的阶段性变化

随着出海进程推进，企业知识产权风险呈现出清晰的演进路径：

(1) 起步阶段：风险感知不足

企业以市场拓展为导向，对专利、商标及合规要求重视不足，风险处于潜伏状态。

(2) 发展阶段：风险集中暴露

企业在重点市场逐步遭遇专利诉讼、商标纠纷及平台下架等问题，风险

由偶发转为高频，对业务形成实质影响。

(3) 竞争阶段：规则博弈加剧

在核心市场与关键技术领域，竞争由产品层面升级为以专利、标准和品牌为核心的规则竞争，标准必要专利（SEP）与全球诉讼成为常态。

(四) 知识产权在出海中的战略地位提升

在当前国际竞争环境下，知识产权已从“风险防控工具”转变为“战略资源”，主要体现在：

- (1) 决定市场准入边界
- (2) 承载核心技术竞争能力
- (3) 支撑品牌与渠道拓展
- (4) 融入国际规则体系
- (5) 具有显著的风险放大效应

九、中国（江苏/无锡）企业出海机遇与挑战

对中国整体（China）企业：出口增长与海外建厂并行使 IP 风险更具多样性与时效性——既有发达市场的高值专利诉讼风险，也有新兴市场的商标抢注与行政执行不确定性。面对这一现实，中国企业需把 IP 能力纳入国际化“硬实力”范畴。

对江苏省（Jiangsu）与无锡市（Wuxi）企业：作为产业集群高地，本地企业具备产业链完备、配套成熟的优势。但同时，产业集中也带来技术同质化与被动暴露于外方专利网络的风险。地方政府与行业平台（如行业协会）应强化联合预警、专利池协作与对外维权联动，帮助中小企业“以群体之力”降低独

立应对成本。

第二章 电动车出海知识产权风险全景

本章结构：先构建“总体框架与分类”（一），随后逐项展开主要风险类别的机制分析、典型场景与企业可执行的防控要点。目标是把抽象风险转化为企业在不同出海阶段可以直接执行的操作项与决策判断标准。

一、风险总体框架与分类

（一）风险识别维度（技术、品牌、合规、商业）

为便于企业在战略、技术与合规三条线同时开展工作，本指引将出海知识产权风险归纳为四层视角：

技术与专利层：涉及核心技术权利（专利、SEP）、专利权利要求解释及跨国实施风险，对市场准入产生直接障碍。

品牌与商标层：商标抢注、近似诉求、平台治理等问题可造成品牌使用阻断与渠道损失。

产品与设计层：外观设计与零部件设计相关权利会影响整车市场准入与销售。

合规/数据与软件层：产品认证、网络安全、车联网数据合规、出口管制等“非传统 IP”要求，正成为市场进入与持续运营的硬门槛。

（二）风险发生阶段与影响路径

前置性：多项风险（专利、认证、数据合规）在产品上市前即可识别并影响决策。

叠加性：单一问题（如专利指控）往往会引发连锁后果（海关扣押、平台

下架、诉讼)。

地域差异性：不同司法辖区对专利解释、临时禁令、证据要求与行政救济的适用不同。

动态性：标准、SEP 声索、平台规则、数据政策均在快速演进，企业必须将监测常态化并建立快速响应机制。

二、 专利风险（核心风险类别）

电动车产业技术密集，专利既是竞争工具也是法律障碍。本节分四部分详述专利风险的来源、典型场景与企业应对策略。

（一） 三电系统专利壁垒（电池 / 电机 / 电控）

（1） 风险来源

动力电池（电芯化学、PACK、BMS）、驱动电机（结构、磁路、控制）、电控（逆变器、驱动算法）是长期投入与专利密集区域。头部企业与研究机构形成大量专利族与专利集合，构成市场准入的技术门槛。

（2） 典型场景

①企业将某型号电动车投放至目标市场后，遭遇本地专利权利人求偿并申请临时禁令，导致整批货物滞留或禁售。

②某关键零部件供应商的技术被发现与第三方专利重叠，导致整车组装线被迫停产整改。

（3） 可执行防控要点

FTO（Freedom-to-Operate）前置化：在产品定型与采购决策前完成目标市场的 FTO 检索与无效/可用性评估，并据此划分“红/黄/绿”风险模块。

设计规避（Design-Around）与证据留存：对识别出的阻断性权利，形成具体规避方案并保留设计迭代证据，作为后续抗辩与证据链。

专利组合建设：对自有关键技术的主要目标市场（至少包括 United States 与 European Union）进行优先布局，提高反制与谈判能力。

供应链 IP 保障：与关键零部件供应商签署明确的权利保证条款与连带责任约定，避免“替罪羊”风险。

预案与预算：将临时禁令、司法保全可能的停产成本纳入商业情景分析与应急预算。

（二）智能驾驶与车联网技术专利风险

（1）风险来源

智能驾驶、传感融合、地图定位、云端算法等多层次技术，涉及软件算法、系统实现与硬件协作，专利交叉覆盖性强；软件模块化与云服务使侵权边界模糊。

（2）典型场景

①某车载辅助驾驶功能上线后，被权利人主张其算法实现落入对方专利要领，平台/经销商被要求暂停该功能或下架相关车型功能包。

②与第三方地图/定位服务商的接口未清晰授权，导致在目标市场被要求停止地图服务。

（3）可执行防控要点

专利景观分析：对拟采用的技术路线做专利景观与 SEP 暴露评估，评估许可成本与替代方案的可行性。

模块化与接口治理：软件模块化、明确开源组件许可、对外包与第三方

组件做合规台账。

提前谈判与许可策略：对于不可规避的标准或通信功能（如 V2X、5G），考虑提前开展许可谈判或参与集体许可机制。

上线与证据策略：产品上线前建立代码与版本可追溯的证据链，以备技术鉴定。

（三）标准必要专利（SEP）风险

（1）风险来源

随着车联网与通信功能纳入行业标准，SEP 的实施带来 FRAND（公平、合理、无歧视）义务、反垄断与跨境司法复杂性。

（2）典型场景

SEP 权利人对实施方提出高额许可条件；在某一司法辖区寻求禁令或执行措施，影响销售与服务。不同法域对 FRAND 衡量标准不同，增加法律不确定性。

（3）可执行防控要点

标准映射：在研发与选型阶段做 claim-to-standard 映射，识别是否存在必然实施专利。

集体性应对：通过行业协会或跨企业联盟参与集体许可谈判，分摊许可成本与法律风险。

合同与商业条款设计：在采购与合作合同中明确许可责任与费用分担机制。

（四）专利侵权判定逻辑

（1）判定难点

侵权判定依赖技术证据、权利要求解释与专家鉴定。跨国案件中，判定标准与临时救济差异导致同一争议在不同国家可能发生不同结果。

(2) 标准应对流程（实操化）

- ①接到侵权指控 → 立即成立“技术-法律”联合应急小组；
- ②证据保全（样品、软件快照、源代码或固件版本记录、测试报告）；
- ③快速 FTO 二次核查与法律意见书；
- ④结合商业利益评估（市场价值、禁令风险、诉讼成本）决定和解/许可/盘问/反诉路径；
- ⑤并行开展 PR 与渠道安抚，维持市场信心。

三、 商标风险

商标风险直接影响品牌使用与渠道畅通，尤其在跨境电商与快速铺货环境下更为敏感。本节按四类问题分析并给出企业可执行对策。

(一) 海外商标抢注与恶意注册

(1) 机制说明

许多国家遵循“先申请原则”，若企业未及时注册核心商标，第三方可借机抢注或恶意注册，后续维权成本高且程序复杂。

(2) 防控要点

①出海前将核心品牌（主品牌、系列名、中文/拼音/图形变体）列入优先注册清单；对高风险市场采用加急或委托信托注册策略。

②对已注册商标进行监测并在发现被抢注时立即启动行政撤销或无效程序。

(二) 品牌近似与侵权纠纷

(1) 机制说明

他方使用近似商标或商品描述，造成市场混淆或误导消费者，侵害企业商誉，触发下架或行政处罚。

(2) 防控要点

①在品牌命名与视觉设计阶段进行全球近似检索；合同中对代理/经销商的品牌使用做严格约束。

②建立快速证据池（先用证据、广告投放、发票等），便于行政投诉或民事诉讼时使用。

(三) 多语言商标冲突

(1) 机制说明

品牌在多语种市场的音译、意译或拼写差异，常导致与当地已有商标冲突或文化误读。

(2) 防控要点

为主要目标市场设计多套注册方案（字形 + 音译 + 图形），并就本地化品牌做法律可行性评估。

必要时采用本地化子品牌策略，并在法律上确保关联性与保护范围。

(四) 跨境电商平台商标风险

(1) 机制说明

平台对侵权投诉处理速度快，若证据不足或未备案，极易发生被动下架或资金冻结。

(2) 防控要点

①在重点平台完成品牌备案（Brand Registry / Brand Program），并预置证据池（商标证、授权书、发票、物流单）。

②建立平台快速响应机制（法务/客服联动）与本地代理人联系方式。

四、外观设计风险

外观设计属于高辨识度的权利类型，对整车与零部件上市有直接影响。

（一）整车外观侵权风险

（1）机制说明

车型外观、车头轮廓、灯组线条等为他人外观权利保护对象。不同法域对“整体视觉印象”的衡量标准差异较大。

（2）防控要点

①设计阶段即开展外观检索（主要市场），并保留设计草图、迭代记录与设计说明作为原创证据。

②在重点市场申请外观设计专利/设计权以获得快速救济权利。

（二）零部件设计侵权风险

（1）机制说明

零部件相似性可能导致整车在通关或销售环节被投诉；零部件供应链复杂时，责任归属难以界定。

（2）防控要点

①对关键零部件进行独立权利布局或与供应商签订明确的权利保证书与赔偿条款。

②在采购与质量协议中加入 IP 合规审查条款。

(三) 各国外观设计保护差异

(1) 机制说明

一些国家对外观采取注册制，有的国家亦通过著作权/不正当竞争法保护外观，救济路径和时效均不同。

(2) 防控要点

①制定市场差异化登记策略（在哪些国家优先注册外观设计、在哪些国家依赖著作权或其他行政措施）。

②将外观保护纳入海关备案体系，便于快速行政查处。

五、 著作权与软件风险

软件与数据构成现代电动车的核心体验与商业价值，相关版权与许可问题直接影响功能上线与服务稳定。

(一) 车载系统 UI/UX 侵权风险

(1) 机制说明

UI 视觉、图标、交互流程可能受著作权保护；使用第三方素材或模仿流行界面存在侵权风险。

(2) 防控要点

所有 UI 素材与第三方库要有完整授权证明；对外包设计应签署著作权转让或明确许可协议；对自研 UI 进行著作权登记并保存设计档案。

(二) 软件及数据版权问题

(1) 机制说明

地图与定位数据通常由专业供应商提供，使用条款限制可能影响商业化；

开源组件若违规使用，可能触发开源许可纠纷。

(2) 防控要点

①建立第三方软件与数据合规台账，明确每一项组件的许可证类型、使用范围与分发限制。

②与地图/数据服务商签订清晰授权合同，明确数据更新、责任承担与合规要求。

六、合规与监管风险

合规风险直接影响市场准入速度与持续运营能力。以下三项是当前电动车出海最常见且影响力大的合规问题。

(一) 产品准入与认证要求

(1) 问题说明

在 European Union 等高标准市场，整车与关键系统需满足一系列强制性标准与认证要求。认证不合格将直接导致市场禁入或召回。

(2) 防控要点

①在产品开发早期并行推进认证合规路径，建立完整的技术文档包（测试报告、说明书、风险分析）。

②将认证合规作为供应商选择的重要维度，要求供应商提供合格的合规证明与检测报告。

(二) 数据合规与隐私保护

(1) 问题说明

个人数据与车载运营数据在不同法域受到差异化监管（如 GDPR 式的严

格隐私保护、以及若干国家对重要数据跨境传输的限制)。不合规将面临行政处罚或服务限制。

(2) 防控要点

①产品设计采用“隐私保护优先”与“数据最小化”原则；对跨境数据传输进行合规性评估并建立本地化数据处理节点（如有必要）。

②落实隐私影响评估（PIA）、用户同意管理与数据主体权利响应流程。

(三) 出口管制与技术限制

(1) 问题说明

某些高端通信、加密或传感技术可能受出口管制或需要特定许可。技术输出或转让若未事先审查，可能触犯出口国或进口国的监管要求。

(2) 防控要点

①在技术输出流程中纳入管控清单，重点核查涉敏感技术的许可与审批要求；对外技术转移采取审批前置、合同保护与合规申报。

②关注目标市场与出口国政策更新，建立定期合规审查机制。

七、风险特征总结与关键提示

专利侵权被禁售案例

2025年6月25日至29日，欧洲自行车展（Eurobike 2025）举办期间，中国老牌企业上海凤凰（Shanghai Phoenix）推出的一款名为“Fuelist EXE”的新型电动山地车，在造型、结构、材料使用等方面，几乎与瑞士电动出行企业 Swiss E-Mobility Group（SEMG）的两款高端车型“Tanay”和“Kyano”完全一致，细节近乎“复刻”，而 SEMG 的电动自行车设计已在欧盟知识产权局（EUIPO）

外观设计数据库完成注册，受欧盟《外观设计条例》保护。

2025年6月26日下午，SEMG依据欧盟《外观设计条例》与德国《反不正当竞争法》，正式向法兰克福地方法院递交法律文书，请求紧急禁令，指控Fuelist EXE涉嫌外观设计侵权。法院在接到请求后高效裁定签发临时禁令，展会主办方随即在核实指控后启动执行程序，要求上海凤凰在35分钟内将涉嫌侵权展品撤离展位。在SEMG人员与展会方共同到达展位后，上海凤凰最终配合要求，将Fuelist EXE产品迅速撤下，甚至连Eurobike官网上关于该产品的介绍也被同步删除。

上海凤凰在参展前，未对其参展产品进行全面检索，使其未能发现其产品在杯口弧度、花纹排列等设计元素上与瑞士品牌注册专利高度相似。由此可见，中国企业在出海前应当充分重视海外的知识产权合规。针对欧盟、美国等外观设计保护严格的市场，可在EUIPO、美国专利商标局（USPTO）等平台，检索同类产品的外观专利，确保产品外观设计不与在先专利冲突。

商标抢注导致品牌受阻案例

2025年1月3日，比亚迪向雅加达中部商业法院提起诉讼，指控印尼本土企业PT Worcas Nusantara Abadi（以下简称“PT WNA”）恶意抢注其品牌“Denze”商标。根据公开信息显示，比亚迪自2012年起在全球40余个国家和地区完成“Denze”商标注册布局，但未及时在印尼申请注册。PT WNA于2023年7月3日成功获得印尼知识产权总局（DGIP）核发的“Denze”商标注册证书，有效期至2033年。比亚迪主张其作为原始权利人的在先权益受到侵害，要求法院撤销争议商标注册。

印尼的商标保护采用“申请在先”原则，即优先保护较早在印尼申请注册

的商标权利。这种制度使得抢注行为成为可能，尤其是对于尚未在印尼注册但已具有国际知名度的品牌。PT WNA 抢先注册“Denza”商标，正是利用了这一制度漏洞。“申请在先”原则与中国的“注册为主，使用为辅”制度存在本质区别，意味着即便存在在先使用事实，未注册主体仍可能面临权利丧失风险。

比亚迪案警示，需建立“市场未动，商标先行”的注册策略，尤其对核心品牌应提前布局。

海关扣押与平台下架案例

2021 年，意大利的里雅斯特海关局（Agenzia delle Dogane di Trieste）在港口查验中，查扣了两批从中国进口的电动自行车，共计约 200 辆。这些电动自行车的电池上没有 CE 认证，同时也缺乏关于型号、制造商、电压、技术特性等信息。同时，税警认为这些电动自行车所附的技术说明文件并不完整，无法证明产品安全性。因此，这两批电动自行车随即暂停清关程序，并被预防性扣押。

这一案例是典型的“整车认证与关键部件脱节”导致的合规暴雷，整车 CE 认证不等于电池合规。实际上，欧盟法规要求每一个投放市场的部件都必须符合相应指令。电池作为高风险部件，必须单独满足 EN 62133 或相关标准，并具备完整的技术文档，包括制造商信息、测试报告、关键规格参数等。

本章总结与行动建议

前置风险识别：把专利 FTO、商标检索、外观检索与合规路线纳入产品定型前的必须流程；任何出海决策的商业模型都应基于该风险识别结果修正。

三位一体组织架构：建议企业建立“研发—法务—商务”联动的 IP 决策委员会，并对外设立快速响应的法律与技术顾问小组。

差异化市场策略：对发达市场侧重专利与合规防御，对新兴市场优先解决商标与行政执行风险。

地方协同机制：建议依托 Jiangsu / Wuxi 地方平台开展联合监测、海关备案联动与集体维权预案，降低中小企业单独承担的法律成本。

常态化监测与动态更新：技术、标准、平台规则与数据政策变化迅速，企业应把监测结果定期纳入管理层通报与预算调整机制。

第三章 出海知识产权布局与风险防控策略

本章针对企业“出海前”阶段的关键准备工作给出系统化、可操作的指引，覆盖：海外专利检索与 FTO 分析 → 核心技术专利组合布局 → 海外商标布局（马德里/单国） → 产品设计规避（Design-Around）。目标是把抽象风险转换为明确的工作包、交付物与决策规则，便于企业、法务与研发在产品定型前同步推进。

适用场景示例：拟进入 China 以外市场，优先关注 European Union / United States / Southeast Asia 等不同风险特征市场（仅首次出现示例）。

一、总体策略原则

（一）风险前置原则：所有会影响市场准入的 IP 与合规工作（FTO、商标、外观检索、认证路径与数据合规）必须在产品/样机定型前完成或列入“不可放行”清单。

（二）合规与商业并重原则：专利检索、商标布局、合规路线与设计评审并行开展，研发—法务—商务三路同时参与，避免“单兵突进”导致返工。

（三）量化决策原则：把检索/评估结果量化（如“阻断专利数 / SEP 暴露分 / 商标争议概率”），并将其纳入商业决策与预算分配。

（四）证据固定化原则：所有规避设计、技术论证及外包合同应保留版本与签署记录，为将来可能的举证或行政救援提供证据链。

二、出海前阶段：前置布局与风险规避

（一）专利层面

1、全球专利检索与 FTO（Freedom-to-Operate）分析

（1）目的与产出（deliverables）

目的：识别目标市场中可能阻碍产品生产、进口、销售的专利风险，形成操作性结论（可行 / 有条件可行 / 不可行）并提出技术与商业化对策。

核心交付物：FTO 报告（包含检索范围、关键阻断专利清单、权利要求对比表、风险分级、建议的规避方案或许可路径、证据清单与时间窗口建议）。

（2）工作步骤（标准流程）

①确定目标技术边界与实施方式（由研发与产品定义）：明确产品的关键功能模块、实现方式与替代技术路径。

②选择目标司法辖区与优先级市场（商务给定）：按市场价值、合规强度与进入计划排序（例如优先 EU/US → 其次 SEA/LATAM）。

③构建检索词表与技术词典（研发+专利工程师）：包括同义词、实现层面（硬件/固件/软件）、标准相关术语。

④开展专利景观检索与权利族追踪（专利工程师/外包专利所）：获取相关专利族、法律状态、权利人、优先权/公开日与审查历史。

⑤权利要求比对与侵权判定初筛（技术+法律联合）：把产品实现映射到对方权利要求，形成 claim-by-claim 对照表。

⑥风险分级：按“阻断度（是否直接阻止销售）”“可规避性”“证据难度”“诉讼/禁令概率”对专利进行分级（例如：红 / 黄 / 绿）。

⑦输出结论与行动建议：Design-Around 建议、许可谈判建议、是否继续投产建议、应急预算估算。

⑧归档与持续监测计划：把关键专利加入监测池，设置自动提醒（审查进

度、年费、权属变更)。

(3) 时间与资源 (示例)

小型产品线 (1-2 市场): FTO 初版 7-14 天; 深度技术比对与法律意见 3-6 周。

资源: 内部专利工程师 + 外部专利代理/律师配合 (技术鉴定时可用独立专家)。

(4) FTO 报告结构 (建议模板)

- ①执行摘要 (结论与推荐, 便于管理层决策)
- ②目标产品/技术边界说明 (包含实现路径图)
- ③检索策略与数据库清单 (专利库、非专利文献)
- ④主要阻断专利清单 (权利人、审查/法律状态、关键权利要求)
- ⑤Claim-by-claim 对照与侵权初判理由
- ⑥风险分级表与商业影响估算 (禁令风险/赔偿风险/修改成本)
- ⑦建议的规避/许可/设计替代方案
- ⑧后续监测建议与时间表
- ⑨附件: 权利要求摘录、图示对比、检索日志

2、核心技术专利组合布局

(1) 定义“核心技术”

对于电动车, 通常包括但不限于: 电池化学/结构、BMS 算法、模组/PACK 工艺、驱动电机结构/控制、逆变器拓扑、整车控制策略、关键传感器与融合算法、差异化 UI/UX 与 OTA 升级机制。优先把业务最敏感、替代成本高的技术认定为核心。

(2) 组合化思路 (quality > quantity)

价值判断：把专利按“防御价值 / 商业价值 / 许可价值”分层，优先对具有“封锁别人进入”或“支撑许可收入”的技术投入高质量申请。

多层次保护：采用“主权利（broad claim）+ 实施例（narrow claim）+ 保护程序/方法 + 系统级权利”组合，提高权利稳定性。

选择性地在目标市场注册：并非所有专利都要在所有国家部署；以市场价值与侵权风险决定（优先 European Union / United States）。

PCT 与国家阶段策略：对真正具有全球化商业计划的核心发明采用 PCT 保持优先权与时间；对明确市场直接进入的技术考虑直接国别申请以节省成本与加快授权。

品质控制与预审：在提交前进行专利性检索、可授权性评估与权利要求质量审查，避免大量低质量申请占用预算并被第三方举报为“专利仓库”。

公开与保密策略平衡：对尚未决定是否专利化的技术可通过内部保密、贸易秘密保护与合同约束（NDA、雇佣合同）先行保护，避免不必要公开。

（3）组织与 KPI（建议）

建议设立专利预算池（按产品线/项目分配），KPI 包括：授权率、有效专利数（目标市场）、高价值专利比率、专利被引用/许可次数等。

研发与法务应定期（季度）进行专利挖掘会（技术路演 → 专利化建议清单 → 决策）。

3、专利规避设计（Design-Around）

（1）设计规避的目标与原则

目标：在不牺牲核心功能与成本可控的前提下，通过技术替代或结构调整避开已识别的阻断专利，提高进入市场的可行性。

原则：功能等效但实现路径尽量不同；有文件与版本记录证明规避设计的

独立性；在可能的地方同时考虑新的可专利化点以形成反制能力。

(2) 操作方法（步骤化）

根据 FTO 输出识别“阻断点”（哪些权利是必然阻断？哪些是可规避？）。

组织跨部门 Design-Around 研讨：研发、专利工程师、法务共同参加，列出若干备选实现方案并做可行性/成本/性能评估。

技术比对与专利地图对照：针对每个备选方案做 claim-mapping，确认是否绕开他方权利要求。

快速原型验证：对优先方案做小规模验证试制，记录设计变更与测试数据。

证据化与专利化：把规避思路与改进点归档并评估是否属于可申请专利的改进点（形成自有权利）。

合同与采购约束：对涉及第三方组件的规避方案，确保供应商提供权利保证或转授权证明。

(3) 案例指引（通用示例，不涉具体企业）

若一项电控算法受限，可考虑把部分算法放在云端以改变实施地、或采用不同的控制策略（sampling/滤波/输出映射差异）以实现规避。

对结构件（如灯组）的外观相似问题，可通过改变内部支撑结构、材料或光学透镜排列实现显著视觉差异并降低侵权风险。

(二) 商标与品牌层面

1、海外商标布局路径（马德里体系 vs 单一国家）

(1) 决策要点（马德里体系优劣）

马德里体系（国际注册）优点：一次提交可指定多国，管理集中、续展便利、成本在多国同时申请时更具优势。**适合：**品牌将同时进入多国市场且品牌

形态统一。

马德里体系缺点：若被指定国提出拒绝，需在该国按其国内程序继续应对；某些国家/地区（如部分拉美或局部司法辖区）对马德里程序接受度或速度不及本国直接申请。

单一国家申请优点：对高风险或高价值市场（如 United States、European Union）可直接适配当地策略（如同时申请图形+文字多种形式、多个类别）。

单一国家申请缺点：成本与管理复杂度随国家数量增加快速放大。

（2）实务建议（决策树）

列出目标市场清单并分层（A/B/C 类）：A 类（必入/高价值）→ 建议单独国别申请并同时做 TM watch；B 类（计划进入/可延期）→ 可通过马德里指定；C 类（试水/低优先）→ 可暂缓或做商标监测。

保护范围：词标 + 图形 + 中文/拼音/音译变体 + 主要类（车辆、零部件、售后服务、软件服务等）要并行布局；对跨境电商还应兼顾商品细分类。

商标预检：在注册前做全球近似检索（含本地文字/音译检索），评估冲突概率并调整品牌形态。

商标证据池：建立“先使用证据池”（广告、交易发票、推广截图、海外展会资料）以备争议时使用。

商标预算与时间：优先在 A 类市场通过国内代理提交并在商业决策前确保有效受理回执（避免到港被拒造成下架）。

2、品牌命名与多语言风险规避

在企业出海过程中，品牌名称不仅是市场传播载体，更直接关系到商标注册成功率、法律风险及品牌长期价值。不同语言、文化及法律体系下，品牌名称可能产生语义偏差甚至法律冲突，因此需在出海前进行系统性评估与规划。

(1) 多语言语义与文化风险评估

- ①企业在确定品牌名称前，应对目标市场主要语言进行语义审查，重点关注：
- ②是否存在负面含义或不良联想（如宗教、文化禁忌）；
- ③是否与当地敏感词汇或不雅表达存在谐音或近似；
- ④是否可能引发误导性理解（如功能性误导、产地误导）。
- ⑤建议通过本地化语言专家或第三方机构进行语义验证，避免“文化误伤型品牌风险”。

(2) 商标可注册性与在先权利冲突检索

- ①在命名阶段同步开展全球商标检索，重点包括：
- ②目标市场是否存在相同或近似在先商标；
- ③是否与驰名商标构成冲突（高风险点）；
- ④是否涉及跨类别近似（特别是汽车、电子、软件等相关类别）。
- ⑤建议采取“命名+检索+调整”的迭代机制，而非命名完成后再被动修改。

(3) 多语言版本与本地化命名策略

- ①企业应根据不同市场制定差异化命名策略：
- ②统一品牌策略：全球使用同一英文/拼音品牌（适用于技术型品牌）；
- ③本地化品牌策略：针对不同国家采用本地语言名称（如日文名、阿拉伯文名等）；
- ④双品牌策略：英文主品牌 + 本地语言辅助品牌（较为稳妥）。

需重点关注：

中文品牌音译/意译在海外的适应性；

英文品牌在非英语国家的识别难度；

是否存在被“反向抢注”（如中文品牌被海外抢注）。

(4) 跨境电商平台命名与账号风险

- ①在 Amazon、eBay、Shopee 等平台中：
- ②品牌名称需与商标权利一致，否则可能被投诉下架；
- ③店铺名称、Listing 标题、关键词中使用的品牌词，可能构成侵权；
- ④未注册商标即使用品牌名称，存在被他人反向投诉风险。
- ⑤建议在入驻平台前完成核心类别商标注册或至少提交申请。

(5) 品牌命名的法律合规边界

- ①品牌命名应避免触及各国法律红线，例如：
- ②禁止使用国家名称、国旗、政府标志等；
- ③禁止具有欺骗性或误导性的描述（如“官方”“认证”等）；
- ④避免涉及技术标准或认证暗示（如“CE 认证级”“FDA 级”等）。

(6) 前置保护与防御性布局策略

- ①在品牌确定后，应同步推进：
- ②核心市场商标优先注册（“先注册、后使用”原则国家尤为重要）；
- ③关键类别及关联类别的防御性注册；
- ④主要电商平台账号名称与域名同步注册；
- ⑤防止经销商、代理商恶意抢注。

三、 出海中阶段：合规与风险控制

本阶段核心目标是：确保“能卖、可持续卖、不被下架/扣关/禁令打断”。重点不在“有没有权利”，而在有没有把风险管控机制嵌入日常运营。

(一) 知识产权合规审查机制

(1) 建立“三道防线”机制

第一道（业务/研发自检）：产品上线前完成专利/商标/外观/软件合规自查清单

第二道（法务/IP 审核）：对高风险产品做专项审查（重点看 FTO 结论、商标使用规范）

第三道（外部专业机构）：重大市场（如 United States、European Union）引入律师/专利代理人出具意见

(2) 审查触发节点（必须嵌入流程）

- ①新产品上市前
- ②产品重大改版（技术/外观/UI 变化）
- ③进入新国家市场前
- ④收到投诉/警告函后

(3) 审查清单（简化版）

- ①是否存在专利阻断风险（FTO 是否覆盖当前版本）
- ②商标是否已注册或可使用（是否存在近似冲突）
- ③外观设计是否存在高相似风险
- ④软件/UI/地图数据是否存在版权问题
- ⑤是否符合目标市场认证与数据合规要求
- ⑥输出结果必须是：可上线 / 有条件上线 / 暂缓上线

(二) 海关知识产权保护机制

(1) 为什么要做

- ①防止产品在出口/进口环节被海关扣留
- ②可主动申请海关对侵权产品进行拦截保护

(2) 核心机制

- ①将企业已拥有的商标/专利/著作权在目标国家海关备案
- ②一旦发现疑似侵权货物，海关可：
 - ③主动通知权利人
 - ④暂扣货物等待确认

(3) 实务要点

- ①优先在高风险市场备案（如 United States、European Union）
- ②提供清晰的权利证明 + 产品识别信息（图片/型号/包装）
- ③建立内部响应机制（海关通知→48 小时内决策）

(4) 企业常见误区

- ✘** 只做国内备案 → 海外无效
- ✘** 没有准备侵权识别材料 → 海关无法执行
- ✘** 没有保证金预算 → 无法启动扣留程序

(三) 跨境电商平台知识产权保护规则与应对

(1) 主流平台规则（必须掌握）

典型平台包括：

Amazon

eBay

AliExpress

平台普遍采用：“通知-下架”机制（Notice & Takedown）

(2) 企业面临的两类核心风险

被投诉（最常见）

- ①商标侵权（品牌词、关键词）
- ②专利侵权（结构/功能）
- ③图片/文案侵权

后果：

- ①商品下架
- ②店铺扣分/封号
- ③资金冻结

被“恶意投诉”

- ①竞争对手利用规则发起投诉
- ②利用未注册商标或模糊权利“卡你链接”

(3) 应对策略（必须体系化）

事前

- ①完成商标注册 + 品牌备案（Brand Registry）
- ②产品上线前做关键词合规审查
- ③图片/说明书全部原创或授权

事中

- ①建立投诉应对 SOP：
- ②24 小时内判断是否侵权
- ③准备反通知材料（授权证明/FTO 结论/差异说明）

事后

- ①建立“高风险产品池”

②对频繁被投诉产品进行设计调整或下架

四、合同中的知识产权风险控制

合同是企业在出海过程中风险转移与责任划分的核心工具。

(1) 必备条款结构

权利归属条款

- ①明确：技术成果、改进成果归属
- ②避免出现“合作开发成果归属不清”

不侵权声明与保证（核心）

- ①供应商/合作方需承诺：
- ②产品不侵犯第三方知识产权
- ③如侵权需承担全部责任

侵权责任承担条款（必须细化）

- ①谁负责应诉
- ②谁承担赔偿责任
- ③是否包含律师费、禁令损失、召回成本

赔偿与追偿机制

- ①约定赔偿上限或全额赔偿
- ②明确“连带责任”或“优先追责对象”

许可与授权条款

- ①是否允许分销、再授权
- ②授权范围（地域/期限/产品类别）

保密与技术保护条款

- ①防止核心技术泄露
- ②明确违约责任与举证方式

2. 高风险场景提示

- ①OEM/ODM 合作（最容易出现专利/外观纠纷）
- ②使用第三方软件/控制系统
- ③海外代理分销模式

（五）供应链与合作伙伴风险管理

在出海过程中，供应链及合作伙伴（如 OEM 厂商、经销商、代理商等）是知识产权风险的重要来源，需建立全过程管控机制。

（1）供应商知识产权合规审查

- ①对核心供应商开展尽职调查，重点关注：
 - ②是否存在侵权纠纷或不良记录；
 - ③关键零部件是否涉及专利、商标或外观设计风险；
 - ④是否具备合法授权或自主知识产权。
 - ⑤避免因上游侵权导致整车或产品被追责。

（2）合同中的知识产权约定

- ①在合作协议中明确约定：
 - ②知识产权归属及使用范围；
 - ③不侵权承诺及违约责任；
 - ④侵权责任承担及赔偿机制；
 - ⑤技术成果及改进成果的权利分配。
- ⑥通过合同前置锁定风险边界。

（3）代工（OEM/ODM）风险控制

- ①针对代工模式，应重点防范：
- ②代工厂擅自生产或“飞单”行为；
- ③技术泄露或被复制；
- ④产品设计被二次使用或转售。
- ⑤建议通过专利布局、分段授权及生产管控降低风险。

（4）经销与渠道风险管理

- ①对海外经销商及代理商，应规范：
- ②商标及品牌使用授权范围；
- ③禁止擅自注册商标或域名；
- ④销售区域及渠道边界；
- ⑤违规使用品牌的责任追究机制。
- ⑥防止“渠道变侵权主体”或品牌被反向控制。

（5）供应链协同与风险监控机制

- ①建立动态监控机制：
- ②定期开展供应链知识产权合规审查；
- ③建立侵权预警与信息反馈机制；
- ④对关键合作方实施分级管理。
- ⑤实现从“事后应对”向“事前防控”转变。

（6）风险提示

供应链风险具有“传导性”和“放大性”，一旦发生侵权，往往由整车企业承担主要责任，应高度重视上游与合作方的合规管理。

五、出海后阶段：监测、维权与运营

电动车企业进入海外市场后，知识产权工作由“事前预防、事中控制”转向“动态监测与主动应对”。在这一阶段，企业不仅需要及时识别和处置侵权风险，还应逐步构建面向重点市场的知识产权运营能力，实现由“被动防御”向“主动管理与价值转化”的转变。

（一） 侵权监测与预警机制

企业应建立覆盖重点市场的知识产权监测体系，对专利、商标、外观设计及市场渠道中的潜在侵权风险进行持续跟踪，实现风险的早识别、早预警、早处置。

一是构建多维度监测体系。围绕目标市场，系统开展竞争对手专利布局动态监测、商标申请与近似标识监测，以及重点电商平台、线下渠道和行业展会中的侵权行为识别，形成“技术—品牌—市场”一体化监测格局。

二是建立分级预警与响应机制。根据侵权风险程度、影响范围及市场重要性，对监测信息进行分级管理，明确不同等级风险的响应流程与处置时限，提升企业决策效率与应对精准性。

三是强化监测成果转化应用。通过定期形成风险监测报告、竞争对手分析报告及重点市场专项预警，为企业市场决策、产品优化及专利布局提供支撑，推动监测工作由信息收集向决策支持转变。

（二） 海外维权路径选择（诉讼、和解与许可）

在海外市场发生知识产权纠纷时，企业应结合侵权性质、证据状况及商业目标，科学选择维权路径，实现法律效果与商业利益的平衡。

一是合理选择维权方式。对于侵权事实明确、影响范围较大的行为，可依

法提起诉讼或申请禁令，形成有效威慑；对于具备协商空间的纠纷，可通过和解方式降低成本、提高效率；对于涉及核心技术且难以规避的情形，可探索专利许可等方式，将潜在冲突转化为合作机会。

二是强化证据意识与程序规范。企业应在侵权发现初期及时开展证据固定工作，包括产品取证、交易记录、网页信息保存等，确保后续维权具有充分证据支撑。

三是统筹法律与商业策略。在维权决策中，应综合考虑目标市场环境、维权成本、周期及对企业品牌与渠道的影响，避免单一依赖诉讼路径，实现风险处置的综合最优。

（三）专利许可与商业化运营

在完成海外市场进入后，企业应从“风险防御”转向“价值运营”，通过专利许可与商业化实现知识产权的持续收益。

（1）专利资产梳理与分级管理

- ①对已布局的海外专利进行系统梳理，按核心程度进行分级：
- ②核心专利：用于产品保护与市场壁垒构建；
- ③关键专利：用于谈判与交叉许可；
- ④一般专利：用于许可或技术输出。
- ⑤明确不同专利的运营策略。

（2）专利许可模式设计

- ①根据市场情况选择合适的许可方式：
- ②独占许可、排他许可或普通许可；
- ③按产品、区域或期限进行分层授权；

④与渠道合作、供应链绑定开展许可。

⑤实现专利价值最大化与风险可控。

(3) 交叉许可与风险对冲

①在专利密集领域（如三电系统、智能驾驶等），可通过交叉许可：

②降低侵权诉讼风险；

③获得对方技术使用权；

④建立行业合作关系。

⑤适用于专利竞争激烈的重点市场。

(4) 标准必要专利（SEP）运营

①对于涉及标准必要专利的企业，应：

②参与标准组织或技术联盟；

③按 FRAND 原则开展许可；

④防范被诉或滥用市场地位风险。

⑤提升在行业中的话语权与收益能力。

(5) 与商业模式结合的专利运营

①将专利与产品销售、技术服务相结合，例如：

②专利+产品打包授权；

③技术输出与本地合作生产；

④通过许可支持本地化运营。

⑤推动“产品出海”向“技术出海”升级。

(6) 风险提示

①专利运营过程中，应注意避免：

②许可范围不清引发纠纷；

- ③违反当地反垄断或竞争法规定；
- ④专利权稳定性不足导致许可风险。
- ⑤建议在专业机构支持下开展专利商业化运作。

（四）品牌维护与市场声誉管理

在进入海外市场后，品牌管理由“注册保护”转向“持续运营”，需同步推进权利维护与声誉管理。

（1）品牌使用规范与统一管理

- ①建立全球统一的品牌使用规范，明确：
- ②商标使用形式（文字/图形/组合）；
- ③包装、宣传及平台展示标准；
- ④各区域使用边界与授权范围。
- ⑤避免因使用不规范削弱商标权利或引发纠纷。

（2）侵权监测与快速处置机制

- ①建立品牌侵权监测体系，重点关注：
- ②线上平台（电商、社交媒体）侵权行为；
- ③线下渠道假冒及仿冒产品；
- ④域名抢注与恶意引流行为。
- ⑤一旦发现侵权，应通过投诉、下架、行政或司法途径快速处置。

（3）电商平台品牌保护机制应用

- ①在 Amazon、Shopee 等平台：
- ②完成品牌备案与认证；
- ③利用平台投诉与维权工具打击侵权；

④建立品牌关键词与店铺监控机制。

⑤提升线上品牌控制力。

(4) 渠道与合作方品牌管理

①对经销商、代理商等合作方：

②明确品牌使用授权及限制；

③禁止擅自注册商标或变相使用品牌；

④建立违规追责与退出机制。

⑤防止品牌被滥用或“反向控制”。

(5) 品牌声誉与舆情管理

①关注海外市场舆情环境，重点包括：

②产品质量与安全相关评价；

③用户投诉与负面传播；

④媒体与社交平台舆论风险。

⑤通过及时回应与合规处理，维护品牌形象与市场信任。

(6) 风险提示

品牌风险具有长期性与扩散性，一旦出现负面事件或侵权泛滥，可能对市场拓展造成持续影响，应坚持“监测+维权+运营”一体化管理。

六、企业知识产权管理体系建设

知识产权管理体系是企业开展国际化经营的重要基础保障。电动车企业应结合出海战略，系统构建覆盖组织架构、制度流程及研发协同的知识产权管理体系，实现知识产权工作的规范化、体系化与前瞻化。

（一）组织架构与职责分工

企业应根据业务规模及出海布局，建立与国际化发展相适应的知识产权管理组织架构。

一是明确知识产权管理职责。设置专门的知识产权管理岗位或部门，统筹专利、商标、合规及维权等工作，确保职责清晰、分工合理。

二是强化决策层参与机制。将知识产权纳入企业重大决策体系，在产品研发、市场进入及对外合作等关键环节引入知识产权评估，提升决策科学性。

三是构建内外协同机制。通过引入专业代理机构、律师事务所等外部资源，与企业内部团队形成协同支撑体系，提升复杂问题的处理能力。

（二）制度设计与流程建设

企业应建立覆盖产品全生命周期的知识产权合规管理制度，将风险防控要求嵌入日常经营流程。

一是建立知识产权审查机制。在产品开发、上线及重大变更前开展知识产权合规审查，确保产品在进入目标市场前已完成风险评估。

二是完善知识产权申报与管理制度。规范研发成果的知识产权归集与评估流程，及时开展专利申请与商标注册，避免权利流失。

三是健全合同知识产权管理制度。在对外合作中明确知识产权权属、使用范围及侵权责任，防范因合同约定不清引发的法律风险。

四是建立侵权应对机制。明确内部响应流程及责任主体，确保在发生侵权纠纷时能够快速反应、有效处置。

（三）数据化与数字化工具应用

在出海背景下，企业应通过数据化与数字化手段提升知识产权管理效率与风险防控能力，实现从“人工管理”向“智能管理”转型。

（1）知识产权数据集中管理

建立统一的知识产权管理系统，对专利、商标、著作权等信息进行集中管理，实现：

- ①权利信息可视化（申请、授权、期限等）；
- ②多国家、多类别统一管理；
- ③到期提醒与风险预警。
- ④提升基础管理效率，避免权利失效风险。

（2）全球检索与风险分析工具应用

- ①利用专业数据库与分析工具开展：
- ②全球专利检索与技术趋势分析；
- ③侵权风险检索（FTO 分析）；
- ④竞争对手专利监测。
- ⑤为技术研发与市场进入提供数据支撑。

（3）商标与品牌监测系统

- ①通过数字化工具对品牌进行动态监测：
- ②商标近似申请监控；
- ③电商平台侵权商品监测；
- ④域名及社交媒体账号监控。
- ⑤实现品牌风险的早发现、早处置。

（4）流程数字化与协同管理

- ①将知识产权管理嵌入企业业务流程，实现：
- ②研发、法务、市场等部门协同；
- ③申请、评审、授权等流程在线化；
- ④数据留痕与过程可追溯。
- ⑤提高决策效率与内部协同能力。

(5) 智能预警与决策支持

- ①基于数据分析与智能工具，构建：
- ②侵权风险预警模型；
- ③市场进入风险评估工具；
- ④专利布局与投资决策支持系统。
- ⑤推动知识产权从“合规管理”向“战略决策”升级。

(6) 风险提示

数字化工具应与专业判断相结合，避免过度依赖系统结论；同时应重视数据安全与跨境数据合规问题。

第四章 重点国家与区域知识产权环境分析

一、欧盟市场

(一) 专利与外观保护特点

(1) 专利保护体系：从欧洲专利到统一专利的演进

欧盟专利保护已形成"欧洲专利+欧洲统一专利+国家专利"的立体化保护格局，这一制度设计显著降低了企业在欧专利布局的成本与复杂性。

欧洲专利作为传统保护方式，通过《欧洲专利公约》(EPC)实现一揽子保护，覆盖 38 个成员国及 2 个延伸国。其优势在于：单一申请流程可覆盖多国市场，避免了在各国分别申请的繁琐程序；集中审查大幅缩短了审查周期；成本效益显著。

欧洲统一专利于 2023 年 6 月正式实施，标志着欧盟知识产权保护进入新纪元。该制度覆盖 25 个参与国（后扩展至 26 国），其核心优势在于：无需在各成员国登记，授权后自动在参与国生效；统一缴纳年费，大幅降低维护成本；集中诉讼机制，通过欧洲统一专利法院(UPC)处理专利争议，避免了各国法院判决不一致的问题。

值得注意的是，统一专利制度的实施并非简单替代传统欧洲专利，而是形成"并行共存"格局。企业可根据自身需求，选择适合的保护策略。

(2) 外观设计保护体系：注册与非注册的双重保障

欧盟外观设计保护采用"注册外观设计(RCD)+非注册外观设计(UCD)"双轨制，为企业提供了灵活的保护策略。

注册外观设计是欧盟外观设计保护的主流方式，其保护期限可达 25 年（可续展），保护范围涵盖"任何相同或类似的设计"，包括善意侵权。申请时需向欧洲内部市场协调局(EUIPO)提交注册申请，审查重点在于形式审查与实质审查。值得注意的是，新颖性与创造性在审查阶段不做严格审查，而是在异议程序中作为异议理由。

非注册外观设计则提供"自动保护"机制，自首次在欧盟境内公开之日起自动获得 3 年保护。其优势在于无需申请、快速获得保护，但保护范围仅限于"故意或恶意侵权"。

(二) 产品合规与认证要求

(1) 产品标识合规：CE 标志与语言要求

欧盟对产品标识有严格要求，CE 标志是进入欧盟市场的"通行证"，表明产品符合欧盟安全、健康、环保等基本要求。企业需确保产品符合相关指令（如低电压指令、电磁兼容指令等），并正确标注 CE 标志。

语言要求是另一关键合规点。产品说明书、警告标识等必须使用产品销售国的官方语言。欧盟 24 种官方语言，企业需根据目标市场选择相应语言。对于重要安全信息，必须使用当地语言，否则将面临产品召回、罚款等风险。

(2) 知识产权合规：构建"专利-商标-外观设计"三位一体保护

专利风险评估：通过欧洲专利局数据库检索，确认产品不侵犯现有专利。建议企业开展"专利预警"，提前分析竞争对手专利布局，评估侵权风险。

商标合规：欧共同体商标注册范围覆盖欧盟全境，企业应在进入欧盟市场前，提前注册核心商标。根据《欧共同体商标条例》，商标需具有显著性，不得与现有商标冲突。

外观设计合规：企业需确认产品设计不侵犯欧盟已注册的外观设计。

（三）执法与维权环境

（1）执法体系：海关主导的快速响应机制

欧盟知识产权执法以海关为主导，形成"海关执法+司法保护"的双轨制。

根据欧盟第 608/2013 号令，海关执法流程如下：

查扣申请：权利人向海关提交查扣申请，并提供担保

查扣执行：海关在查扣后 1 个工作日内通知相关方

查扣期限：4 天内未获批准则撤销查扣

销毁申请：查扣后 10 个工作日内（易坏品 3 日内）提出销毁申请

海关执法的优势在于快速有效，可在侵权产品进入市场前及时拦截。据统计，2022 年欧盟海关查获侵权商品价值超过 10 亿欧元，其中中国出口商品占比约 35%。

（2）侵权诉讼机制：UPC 与布鲁塞尔条例的协同作用

欧盟构建了高效、统一的侵权诉讼体系，其核心是欧洲统一专利法院(UPC)与《布鲁塞尔条例》的协同作用。

欧洲统一专利法院(UPC)于 2023 年 6 月正式运行，负责处理欧洲专利和统一专利的侵权与无效案件。其一审法院包括中央法庭（巴黎）、分庭（慕尼黑、伦敦），上诉法院设于卢森堡。UPC 的设立解决了长期以来专利诉讼分散在各国法院的问题，实现了专利争议的集中审理。

《布鲁塞尔条例》则解决了跨境诉讼管辖权问题。根据该条例，侵权行为地法院或被告居住地法院具有管辖权。

二、美国市场

（一）专利诉讼环境与高风险特征

美国专利诉讼以“高成本、高风险、高回报”著称，已成为中国企业进入美国市场必须面对的核心挑战。根据美国知识产权法协会(AIPPI)2023年报告，美国专利诉讼的平均成本达750万美元，远超欧盟的300万美元。更令人担忧的是，美国法院对专利侵权的认定标准严格，判决赔偿额也往往高于全球平均水平。

（二）专利运营与许可机制

2011年《美国发明法案》(AIA)将美国专利制度从“先发明制”改为“先申请制”，这使得专利申请的时机变得极为关键。在AIA实施后，中国企业在美专利申请量激增，但同时专利侵权诉讼也呈上升趋势。

AIA将现有技术从“相对新颖性”变更为“绝对新颖性”，即在申请日之前，任何公开的发明都可能构成现有技术。这大大增加了专利侵权诉讼的风险。

美国专利侵权的损害赔偿包括补偿性赔偿和惩罚性赔偿。惩罚性赔偿适用于故意侵权，是在补偿性赔偿的基础上提高到最高3倍，由法官根据侵权情节来确定。

为防范专利风险，在产品的设计阶段即进行专利检索，评估侵权风险。建立专利预警系统，定期监控竞争对手专利动态。在美国核心市场提前申请核心专利，建立专利壁垒。

同时，利用美国专利商标局(USPTO)设立的专利审判和上诉委员会(PTAB)对专利的有效性进行挑战。PTAB审查效率高，通常在12-18个月内作出裁决，

可有效降低侵权风险。

美国专利运营已形成较为成熟的市场体系，主要包括以下模式：

企业自持专利运营：大型企业如苹果、谷歌等通过内部专利部门进行专利运营，包括专利申请、许可、诉讼等。

专利许可公司：专门从事专利许可业务的公司，如 Sisvel、Avanci 等，专注于特定技术领域的专利池运营。

专利投资公司：投资于专利组合的公司，如 Intellectual Ventures、RPX 等，通过专利交易、许可获取收益。

专利收购与转让：企业间通过专利交易获取技术，如高通收购 NXP 的专利组合。

（三）商标与品牌保护环境

美国商标保护体系以《兰哈姆法》(Lanham Act)为核心，形成了“注册保护为主，使用在先为辅”的保护模式。

商标保护以注册为前提，注册商标享有专有使用权。根据《兰哈姆法》，商标注册有效期 10 年，可无限续展，每次续展 10 年。

在未注册的情况下，先使用商标的一方可获得一定保护，但保护范围有限。

美国商标侵权诉讼的平均成本为 150-300 万美元，远高于欧盟的 80-120 万美元。美国商标侵权赔偿包括实际损失、侵权获利和法定赔偿。故意侵权的赔偿可高达数百万美元。

三、东南亚市场

（一）商标抢注高发问题

东南亚市场已成为中国企业出海的“必争之地”，但其知识产权环境中的“商标抢注”问题已成为企业面临的最大挑战之一。根据文件数据显示，印尼商标抢注率高达 42%，尤其在美妆个护行业，抢注现象尤为严重。这种高发态势不仅源于东南亚各国知识产权保护体系的不完善，更与当地商业环境和法律执行能力密切相关。

（1）商标抢注的典型模式

批量抢注模式：当地公司通过批量抢注商标，频繁变更主体，以增加卖家的维权难度。

“商标囤积”模式：抢注方不仅注册核心商标，还注册与之相似的商标，形成“商标矩阵”，使中国企业无法在目标市场正常开展业务。

“恶意诉讼”模式：抢注方在注册商标后，立即向中国出口商发函要求和解，利用中国企业急于进入市场的心

（二）各国制度差异与碎片化特点

东南亚五国（新加坡、马来西亚、印尼、越南、泰国）虽同属东南亚地区，但其知识产权保护制度存在显著差异，形成“碎片化”的保护格局。这种差异不仅体现在法律条文上，更体现在执行层面。

专利保护制度差异

国家	专利保护期	审查周期	专利类型
新加坡	20 年	18-24 个月	发明专利、外观设计专利
马来西亚	20 年	24-36 个月	发明专利、实用新型专利

国家	专利保护期	审查周期	专利类型
印尼	20 年	30-48 个月	普通专利、简单专利
越南	20 年	36-48 个月	发明专利、实用新型专利
泰国	20 年	24-36 个月	发明专利、小专利

关键差异点:

新加坡: 拥有“加速审查”渠道, 可作为 PCT 国际检索局和初审局。

马来西亚和越南: 实用新型适用短期更迭的技术申请, 审查周期相对较短。

印尼和泰国: 专利审查周期较长, 需提前规划。

(三) 维权难点: 东南亚知识产权维权的“三难困境”

东南亚知识产权维权面临“三难”困境: 取证难、诉讼难、执行难。这种困境不仅源于法律体系的不完善, 更与当地执法环境和文化差异密切相关。

(1) 取证难: 侵权证据收集的困境

侵权证据难以获取: 在东南亚国家, 尤其是印尼、越南等国, 侵权产品往往分散在多个渠道, 取证难度大。

使用证据获取难: 在泰国等以“使用优先”为原则的国家, 企业需提供实际使用证据, 但因缺乏完善的销售记录, 取证困难。

(2) 诉讼难: 司法效率与执行能力的双重挑战

司法效率低下: 东南亚国家的知识产权诉讼周期普遍较长:

新加坡: 专利诉讼平均 10-12 个月结案

马来西亚：外观设计争议最快 90 天可裁

越南、印尼：侵权诉讼实际周期达 18-24 个月

泰国：中央知识产权与国际贸易法院平均需 1.5-2 年

(3) 执行难：判决执行的现实困境

判决执行难：即使获得有利判决，执行难度也很大。在印尼、越南等国，法院判决的执行率较低，侵权方往往采取拖延战术。

赔偿金额低：东南亚国家的知识产权侵权赔偿金额普遍较低，难以形成威慑力。

跨境执行难：在东南亚国家，跨境执行判决的难度较大，缺乏有效的国际司法协助机制。

四、其他重点市场（中东、拉美等）

南美市场（主要覆盖巴西、阿根廷、智利等国）作为新兴市场，知识产权环境呈现“潜力与挑战并存”的特点。

巴西：专利审查周期长（约 5-7 年），商标注册周期约 12-18 个月。采用“先申请制”，但商标异议率高达 35%，维权难度大。

阿根廷：专利保护期限 20 年，商标注册有效期 10 年。知识产权执法体系较弱，侵权现象普遍。

智利：知识产权保护较为完善，专利审查周期约 3-4 年，商标注册周期 6-8 个月。

中东市场（主要覆盖阿联酋、沙特阿拉伯、以色列等国）知识产权环境受政治因素影响较大，保护水平差异显著。

阿联酋：迪拜和阿布扎比有独立的知识产权体系，但整体较为分散。商标注册周期 6-8 个月，专利审查周期 2-3 年。

沙特阿拉伯：知识产权保护体系正在完善，但执法力度较弱。商标注册周期 12-18 个月，专利审查周期 3-5 年。

以色列：知识产权保护较为完善，专利审查周期约 2 年，商标注册周期 4-6 个月。

第五章 电动车企业出海知识产权合规操作指引

本节为企业进入海外市场前必须完成的合规性“预检-定级-决策”工作包。目标是把抽象风险变成可执行的任务列表、时间节点与交付物，确保在产品投放或本地化前将制度性风险降到可控范围。内容适用于拟进入或已在准备进入 European Union、United States、Southeast Asia 等市场的电动车整车与零部件企业；

一、出海前合规检查清单

前置原则：所有可能导致市场禁入或大额赔偿的事项（专利阻断、未授权商标、产品认证缺失、合同权属不清）须在产品定型前完成“通过/有条件通过/暂停”判定。

并行开展：专利 FTO、商标注册、产品认证路线与合同审查应并行推进，研发—法务—商务三方同步参与，避免后续返工。

证据化：所有合规动作（检索报告、受理回执、测试报告、授权书、合同）应形成电子+纸质双份证据池，便于海关备案与平台维权。

量化决策：对每项风险做“风险等级评分（0 - 10）+影响估值”并纳入项目商业评估，指导是否放行或调整策略。

（一）专利检查清单

（1）核心目的

识别并量化目标市场的阻断性专利风险（是否会影响制造/进口/销售），并形成可执行结论（可行 / 有条件可行（需改造或许可） / 不可行）。

（2）关键任务（交付物）

①明确技术边界与实施路径（交付物：技术边界说明书）

②目标市场清单与优先级（交付物：市场优先级表）

③FTO 初筛报告（覆盖主要数据库） — 包含阻断专利清单、红/黄/绿分级、权利人、公开/优先日与法律状态。

④深度权利要求比对与法律意见书（针对红色阻断） — 包含侵权判定逻辑与证据链需求。

⑤规避/替代方案记录（Design-Around）**与可行性评估报告。

⑥专利补强建议清单（对自有技术需优先申请的国家/专利类型）。

（3）关键判断门槛（建议量化规则）

①若目标市场存在 ≥ 1 项“红色阻断专利”（权利要求覆盖企业核心实施方式且权利人司法历史显示诉讼/禁令倾向），则 临时禁止上市，须先完成规避或许可谈判。

②若“黄色”专利数 > 3 且累计可能许可费用 $>$ 预计毛利的 20% \rightarrow 需重新评估商业模式。

（4）证据与留档要求（便于后续维权）

采购并保存权利人专利全文、审查记录、检索日志、技术实现对照表、产品样件、测试报告、固件/软件版本记录。

（二）商标检查清单

（1）核心目的

确保品牌（主标、系列标、中文/拼音/音译/图形）在目标市场可用且已建立初步保护，避免被抢注与平台下架风险。

（2）关键任务（交付物）

①商标战略清单：主品牌、子品牌、系列名、标识变体与类别（商品/服务类）清单。

②优先注册计划（A/B/C 市场分层）与提交证明（受理回执或国际注册证书）。

③全球近似检索报告（含本地语言、音译检索）。

④平台备案动作清单：针对 Amazon / AliExpress / Shopee / Lazada 等完成 Brand Registry/店铺认证。

⑤品牌使用规范（Brand Guideline）：标准标识、包装、图片授权与对外使用许可模板。

⑥商标监测方案与代理授权书：设置商标监测告警。

（3）实务判定与应对

①若在目标国商标已被恶意抢注并被确认为“先申请占用”，启动撤销/无效程序或收购/和解谈判；在成本可控情况下优先收购或和解以避免长期阻断。

②对跨境电商快速上货的情形，商标受理回执与平台备案可作为短期证据，但建议尽快完成实质授权/注册。

（4）证据与留档

商标受理单、授权书、使用证据（发票、广告、物流单）、平台备案截图与沟通记录。

（三）产品合规检查清单

（1）核心目的

通过满足目标市场的强制性技术规范与认证（安全、电磁兼容、环保、

整车/零部件专项认证) 和软件/数据合规要求, 确保产品能够顺利通关、上架与运营。

(2) 关键任务 (交付物)

①认证路线图 (按市场列出 CE/E-mark / FCC / UNECE / 本地入网/安全标准 等) 与时间表。

②产品技术文档包: 技术规范、测试报告、说明书、合格声明 (DoC)、风险评估报告 (如 ISO 26262 / 功能安全若适用)。

③软件与数据合规评估报告: 车联网数据流、隐私影响评估 (PIA)、跨境数据传输方案。

④样机/批量测试计划与实验室清单 (含认可检测机构信息)。

⑤包装与标签合规清单: 语言、警示标识、回收标识、条形码/产品编号要求。

⑥海关申报与 HS 编码确认: 确保报关描述与权利证据匹配。

(3) 重要注意点

①对于在 European Union 销售的车型, CE/E-mark 以及相关车辆法规 (UNECE) 要求必须并行推进, 认证时间与整改成本会显著影响上市节奏。

②软件/OTA: 若产品依赖远程升级或云服务, 必须在设计阶段解决数据主权与网络安全合规 (避免上线后被监管要求下架功能)。

(4) 证据与留档

所有测试报告、认证证书原件或备案号、供应商合格证明 (CoC) 与质量手册、软件版本发布记录。

(四) 合同风险检查清单

(1) 核心目的

通过合同条款明确权利归属、使用许可、侵权责任与争议解决机制，把法律风险在商业层面最小化并可追索。

(2) 必检合同条款（交付物：合同审阅清单与修订稿）

①权利归属条款：明确开发成果、改进的归属（特别是委托开发、合作开发与外包）。

②不侵权声明与保证：供应商/合作方保证其提供的产品/技术不侵犯第三方权利，并承担赔偿责任。

③赔偿与追偿机制：明确赔偿范围（直接损失、律师费、禁令损失、召回成本）与赔偿限额/无上限情形。

④许可与再授权条款：明确分销商/代理是否有权再授权、地域与产品类别限制。

⑤保密与数据安全条款：对技术秘密、源代码、算法与用户数据做严格保密义务。

⑥终止与召回条款：触发侵权或监管不合格时的召回责任与费用承担。

⑦适用法律与争议解决：根据风险选择有利的仲裁/法院管辖（兼顾执行性）。

⑧合规保证与出口管制条款：要求合作方配合出口合规审查，不得转移涉管制技术。

(3) 实务建议

①OEM/ODM 关系中，尽量争取明确的权利保证与连带赔偿，并把关键供应商纳入年审和专项 IP 尽职程序。

②分销/经销合同建议采用“先行扣留保证金 + 后期核算”的方式应对潜在禁令风险。

③对于涉及核心软件或地图服务的合作，采用“分层授权 + SLA + 合规审计”结构化合同。

(4) 责任分配、时间表与交付物清单（项目化执行）

①建议项目组织（出海准备期：建议 T = 产品定型前 90 - 120 天 启动）

②项目经理（商务/产品）— 负责整体进度与对接

③IP 负责人（法务）— 负责专利/商标审查与合同条款

④研发代表 — 提供技术说明与版本控制信息

⑤质量/合规负责人 — 负责测试与认证推进

⑥外部资源：专利代理、商标代理、测试机构、当地律师

(5) 推荐时间节点（示例）

1.T-90：启动会、明确市场清单、技术边界、预算与决策门槛

2.T-75：完成商标近似检索与优先注册提交（A 类市场）

3.T-60：完成 FTO 初筛并提交红/黄/绿初判结果

4.T-45：完成深度 FTO（若红色阻断则停止投产）、认证路线确定并下发测试计划

5.T-30：完成合同模板审订、供应商权利保证收集

6.T-14：证据池归档与海关备案材料准备

上线前：法务出具最终合规判断（可上线/有条件上线/不可上线）

推荐交付物（标准包）

①FTO 报告（含法律意见书）

- ②商标受理回执或国际注册证书复印件
- ③产品认证路线图 + 测试报告（或测试预约单）
- ④合同审阅清单与修订版（含关键条款）
- ⑤证据池（样机照片、软件版本、发票、包装图片）
- ⑥海关备案材料包（若适用）

(6) 决策矩阵（放行 / 有条件放行 / 暂缓）

风险类型	触发条件	建议决策
专利（红色阻断）	存在 ≥ 1 项阻断性专利覆盖关键实现	暂缓上市, 做 Design-Around 或许可谈判
专利（黄色）	多项可能影响但可通过改造降低	有条件放行（并列入监测/改造计划）
商标	A 市场商标未受理且高风险被抢注	暂缓或仅在完成受理后小批量试销
产品认证	核心强制认证未启动或不合格	暂缓上市（需通过测试并整改）
合同	供应商无权利保证或合同缺失	有条件放行（补签保证并列入供应商黑名单）

二、出海中风险控制清单

电动车企业在出海实施阶段，面临的知识产权与合规要求更加具体且具有强制性。本阶段合规工作的重点在于确保产品合法进入目标市场、规范开展市场经营活动，并有效规避平台及监管风险。企业应围绕产品认证、权利备案及

平台规则三大核心环节，建立标准化操作流程，确保各项合规要求落实到位。

(1) 产品认证与准入合规

企业应根据目标市场法律法规要求，完成必要的产品认证与准入手续，确保产品具备合法销售与流通资格。

认证要求识别与规划

①系统梳理目标市场对电动车及关键零部件的认证要求（如整车、电池、电机等）

②明确不同市场的强制性认证类别、适用标准及适用范围

③制定认证时间计划，避免因认证周期影响产品上市节奏

认证过程合规管理

①确保认证申请材料真实、完整、可追溯

②对涉及技术参数、测试数据的材料进行严格审核，防止虚假或不一致信息

③加强与认证机构沟通，及时响应审查意见

认证标识与使用规范

①按规定规范使用认证标志，避免误用、滥用或超范围使用

②建立认证证书管理台账，关注证书有效期及更新要求

③防范因认证不合规引发的产品下架或行政处罚风险

(2) 知识产权备案与边境保护

企业在产品进入海外市场前后，应充分利用各国知识产权保护机制，尤其是海关备案制度，提升对侵权产品的拦截能力。

知识产权权利梳理与确认

①对已在目标市场获得授权的专利、注册商标及外观设计进行系统

梳理：

- ②明确权利状态、保护范围及有效期限；
- ③确保核心权利处于有效且可执行状态；

海关知识产权备案

- ①在重点市场依法开展知识产权海关备案工作；
- ②提供完整的权利证明文件及产品识别信息（如图片、技术特征说明等）；
- ③建立与海关部门的沟通机制，提高侵权产品识别与查扣效率；

侵权应对与协同机制

- ①建立与海关、执法机构的协同响应机制
- ②在发现疑似侵权产品时，及时启动维权程序
- ③对已发生的侵权案件进行总结分析，反哺后续风险防控工作

(3) 跨境电商平台规则合规

随着跨境电商成为电动车及配件出海的重要渠道，企业需严格遵守各平台的知识产权与合规规则，防范因违规导致的下架、封号或法律风险。

平台知识产权规则遵循

- ①熟悉主流跨境电商平台的知识产权保护政策及投诉机制
- ②确保上架产品不侵犯他人专利、商标及著作权
- ③对产品标题、图片、描述等内容进行合规审核，避免使用他人品牌或误导性表述

店铺与商品合规管理

- ①建立店铺知识产权合规审核机制，对新品上线进行前置审查

- ②定期开展在售商品合规自查，及时整改潜在风险
- ③防范因供应链问题引发的侵权责任（如贴牌、代工产品）

投诉与申诉应对机制

- ①建立平台投诉快速响应机制，明确内部责任分工
- ②在收到侵权投诉时，及时核查事实并准备申诉材料
- ③对恶意投诉行为，依法维护企业合法权益

三、出海后监测与维权清单

电动车企业完成出海布局后，知识产权工作进入常态化管理与动态风控阶段。本阶段的核心在于：通过持续监测识别风险、通过规范机制高效应对风险、通过体系建设实现长期可控管理。

企业应围绕“监测—应对—管理”三大环节，构建闭环式知识产权风险控制体系。

（一）风险监测清单（持续感知风险）

企业应建立常态化、多维度的知识产权风险监测机制，实现对潜在风险的动态识别与前置预警。

（1）专利风险监测

- ①持续跟踪竞争对手在目标市场的专利申请与授权动态
- ②监测关键技术领域（如电池、电控、智能系统）的专利布局变化
- ③定期开展自由实施（FTO）更新分析，评估产品持续合规性

（2）商标与品牌监测

- ①监测相同或近似商标的注册申请情况，防范抢注风险

- ②跟踪市场中可能混淆品牌的使用行为（包括线上与线下）
- ③关注多语言环境下的品牌使用及翻译衍生风险

(3) 市场与渠道监测

- ①监测跨境电商平台、经销渠道中的侵权产品及仿冒行为
- ②跟踪重点市场展会、销售终端中的侵权线索
- ③建立重点区域、重点产品的专项监测机制

(4) 合规与监管动态监测

- ①持续关注目标市场法律法规、认证标准及政策变化
- ②跟踪数据合规、隐私保护及技术出口相关监管趋势
- ③评估政策变化对企业产品与技术的影响

(二) 风险应对清单（规范处置风险）

在识别风险后，企业应建立标准化应对机制，确保处置及时、策略合理、风险可控。

(1) 侵权应对机制

- ①建立侵权线索快速核查流程，明确内部责任分工
- ②对侵权行为进行证据固定（包括产品、交易记录、网页信息等）
- ③根据侵权性质选择合适措施（下架投诉、行政投诉、法律行动等）

(2) 纠纷处理策略选择

- ①对于影响较大的侵权行为，依法采取诉讼或禁令措施
- ②对具备谈判空间的纠纷，优先通过协商或和解降低成本
- ③对涉及核心技术的情形，探索许可或合作方式实现风险转化

(3) 平台与渠道风险处置

- ①针对跨境电商平台侵权行为，及时发起投诉或申诉
- ②对被投诉产品，快速开展内部核查并提交合规证明材料
- ③防范因重复侵权或处理不当导致店铺处罚升级

(4) 内部应急响应机制

- ①建立重大知识产权风险事件应急预案
- ②明确法律、业务及管理层的联动机制
- ③对重大风险事项实施专项管理与跟踪

(三) 持续管理清单（体系化管控风险）

企业应在日常经营中，将知识产权管理纳入常态化运营体系，实现由“事件应对”向“体系管理”的转变。

(1) 知识产权资产管理

- ①建立海外知识产权资产台账，动态更新权利状态
- ②定期评估专利、商标等资产的有效性与市场价值
- ③对核心权利进行分级管理与重点维护

(2) 制度与流程优化

- ①定期评估知识产权管理制度的执行效果并进行优化
- ②将知识产权合规要求嵌入产品开发、市场销售及合作流程
- ③建立跨部门协同机制，提升整体管理效率

(3) 数据与信息管理

- ①建立知识产权数据管理系统，实现信息集中与共享
- ②对监测数据、维权案例及风险事件进行归档与分析
- ③利用数据支持决策优化与风险预判

(4) 能力建设与培训

- ①定期开展知识产权培训，提高员工风险识别与合规意识
- ②强化研发、市场及法务团队的协同能力
- ③建立面向海外业务的专业化知识产权管理团队

四、常见问题与应对建议（FAQ）

在电动车企业出海过程中，企业普遍在知识产权认知、布局节奏及风险应对方面存在共性问题。本节围绕典型场景，总结高频问题并提出针对性建议，供企业参考借鉴。

问题一：是否需要在所有目标市场提前布局专利和商标？

问题说明：

部分企业在出海初期倾向于“全面铺开”，在多个国家同步申请专利与商标，导致成本压力较大；也有企业未提前布局，在进入市场后遭遇权利缺失问题。

应对建议：

企业应结合出海战略，实施“分层布局、重点优先”的策略：

- (1) 优先在核心市场（如主要销售地、生产地）进行专利与商标布局
- (2) 对潜在重点市场提前进行防御性布局，防范抢注及侵权风险
- (3) 根据业务推进节奏，分阶段推进权利申请，避免资源浪费

问题二：产品已经在国内销售多年，是否还存在海外侵权风险？

问题说明：

部分企业认为“国内可销售即全球可销售”，忽视不同国家知识产权保护的独立性，进入海外市场后遭遇侵权投诉甚至禁售。

应对建议：

- (1) 在出海前必须开展目标市场的专利检索及自由实施（FTO）分析
- (2) 重点关注核心技术、外观设计及功能结构是否落入他人权利保护范围
- (3) 对存在风险的技术方案，提前进行规避设计或技术替代

问题三：海外商标被抢注后，是否还有挽回空间？

问题说明：

商标抢注是企业出海中最常见的问题之一，部分企业在进入市场后才发现品牌已被他人注册。

应对建议：

- (1) 根据具体情况选择应对路径，包括异议、无效宣告或协商转让
- (2) 收集并提交在先使用证据（如销售记录、宣传资料等），提升维权成功率
- (3) 建立商标监测机制，提前发现并阻断抢注行为

问题四：在跨境电商平台销售，是否仍需关注专利风险？

问题说明：

部分企业认为平台销售属于“渠道问题”，忽视专利风险，导致产品被下架或账号受限。

应对建议：

- (1) 在产品上线前开展知识产权合规审查，确保不侵犯他人专利权
- (2) 熟悉平台知识产权规则及投诉机制，避免违规操作
- (3) 对核心产品建立持续监测机制，及时应对潜在投诉风险

问题五：是否所有侵权行为都需要通过诉讼解决？

问题说明：

部分企业在面对侵权问题时倾向于直接诉讼，但实际操作中成本高、周期长，不一定最优。

应对建议：

- (1) 根据侵权程度及商业影响，灵活选择维权方式（投诉、协商、诉讼等）
- (2) 对轻微侵权优先通过平台投诉或律师函方式解决
- (3) 对重大侵权行为再考虑诉讼或禁令措施，提高维权效率

问题六：如何平衡知识产权投入与企业成本压力？

问题说明：

知识产权投入周期长、见效慢，部分企业在成本控制与风险防控之间难以平衡。

应对建议：

- (1) 将知识产权视为长期战略投入，而非短期成本支出
- (2) 优先保障核心技术与核心品牌的布局投入
- (3) 通过分阶段实施、重点突破，提高投入产出比

问题七：如何应对不同国家之间法律制度差异带来的风险？

问题说明：

各国知识产权制度差异较大，企业在实际操作中容易因认知不足而产生合规风险。

应对建议：

- (1) 在进入新市场前，系统了解当地知识产权法律及执法环境
- (2) 借助专业机构开展合规评估与风险提示

(3) 建立重点市场“国别合规档案”，实现差异化管理

问题八：企业是否需要持续开展知识产权监测？

问题说明：

部分企业在完成权利布局后，忽视后续监测，导致风险发现滞后。

应对建议：

- (1) 建立常态化监测机制，覆盖专利、商标及市场渠道
- (2) 对重点市场、重点产品实施专项监测
- (3) 将监测结果用于指导研发、市场及维权决策

问题九：知识产权如何从“防风险”转向“促发展”？

问题说明：

企业普遍将知识产权作为风险防控工具，但对其商业价值挖掘不足。

应对建议：

- (1) 推动知识产权与产品、市场及资本运作深度融合
- (2) 探索专利许可、品牌授权等多元化运营模式
- (3) 在具备条件时参与行业标准制定，提升竞争话语权

问题十：无锡市海外知识产权服务平台能提供哪些服务？

问题说明：

企业在出海过程中，往往面临信息不对称、专业能力不足、维权成本高等问题，对公共服务平台的功能与作用认识不清，难以有效利用相关资源。

应对建议：

无锡市海外知识产权服务平台以解决企业出海知识产权痛点为导向，围绕“风险预防—合规支撑—纠纷应对—价值运营”构建全链条服务体系，为企业提供系统性支撑。

(1) 风险预警与信息服务

- ①提供重点国家和重点产业的知识产权风险预警信息
- ②开展海外专利、商标及竞争对手动态监测分析
- ③发布国别知识产权环境、政策解读及合规指引

通过信息前置，帮助企业实现“出海前可判断、出海中可预警”

(2) 海外布局与合规指导服务

- ①提供海外专利布局、商标注册路径等专业咨询
- ②支持企业开展 FTO 分析、侵权风险评估及设计规避建议
- ③指导企业应对产品认证、数据合规等涉外合规问题

帮助企业从“能出海”向“合规出海”转变

(3) 海外纠纷应对与维权援助

- ①提供海外知识产权纠纷应对指导与策略支持
- ②对接海外律师、代理机构等专业资源
- ③为企业提供公益性咨询及典型案例参考

构建海外纠纷应对支撑网络，降低维权门槛与成本

（注：无锡已建立国家级海外知识产权纠纷应对指导分中心及维权服务体系，为企业提供专业支撑）

(4) 知识产权运营与金融赋能服务

- ①推动专利转化运用及产业化对接
- ②提供知识产权质押融资、保险等金融支持路径
- ③支持企业开展专利导航及高价值专利培育

实现从“保护知识产权”向“用好知识产权”转变

（平台通过整合资源，提供运用、保护、金融等一站式服务）

(5) 专业服务资源对接与能力提升

- ①构建海外知识产权服务机构与专家资源库
- ②开展企业培训、专题辅导及“法治体检”等服务
- ③提供定制化知识产权解决方案

帮助企业建立长期可持续的知识产权管理能力

第六章 典型案例与实务解析

本章选取电动车及相关产业链中具有代表性的知识产权案例，从专利、商标、平台及诉讼等不同维度进行解析，总结风险成因与应对路径，为企业提供可复制的实务参考。

一、专利风险案例

案例一：比亚迪（BYD）在巴西的 4G 专利战

背景概述：

巴西是比亚迪重要的海外市场之一，随着当地市场对电动车需求的激增，比亚迪在巴西的销量一度冲至第九名。该国对电动车的环保政策非常鼓励，但专利环境却充满变数。

风险爆发：

日本公司 IP Bridge 与另一家 Sol IP 公司联手，在德国、巴西等地对比亚迪提起专利诉讼，形成“包围圈”。巴西法院突袭比亚迪，要求其支付专利费用或停止销售。

痛点与教训：

此案例揭示了“出海卖车不仅要拼产品，还得提前布局专利”的残酷现实。比亚迪若处理不好，可能在关键市场被卡脖子，直接影响增长。

规避措施与实务解析：

（1）核心专利“先行布局”：在进入巴西等潜力市场前，必须对核心部件（如电机、充电系统、控制模块等）进行专利布局，防止被“专利蟑螂”盯上。

(2) 制定“专利防御清单”：对现有专利进行梳理，评估在巴西等主要出口国的有效性。

(3) 建立“突发应对预案”：一旦遭遇突袭诉讼，迅速启动危机公关与技术替代方案，尽量在最短时间内解决法务纠纷，避免市场信任危机。

案例二：电动平衡车专利侵权与海关扣押风险

案例名称：骑客公司 vs 波速尔公司（2022 年）

案例概述：

该案例涉及骑客公司持有的“一种改良电动平衡车”实用新型专利。波速尔公司在未经授权的情况下，为骑客公司的竞争对手代工并贴附未经授权的标识。骑客公司以专利侵权为由，申请了海关保全措施，导致大量侵权产品被扣押。

关键风险点：

(1) 误读专利侵权判断规则：波速尔公司认为通过“锦上添花”（增加技术特征）即可规避侵权，但法院认定其仍落入专利权保护范围。

违反专利授权许可：未经授权使用竞争对手的标识，即构成违约，且可能导致侵权责任的竞合。

(2) 海关保全措施未及时使用：企业在侵权货物出口前未能及时采取海关保全，导致货物被海关扣押，增加了处理难度。

应对策略：

(1) 深入审查权利要求：在产品的设计阶段，必须通过专利专家或律师进行 FTO（Freedom to Operate）检索，确保产品不落入竞争对手的专利权利要求范围。

(2) 严格履行授权协议：在取得专利授权后，严格按照授权合同约定使用指定标识，严禁擅自更改。

(3) 主动运用海关保全：在发现可能侵权的货物即将出口时，应主动联系权利人或其授权代理机构，申请海关扣押，以防货物“远走高飞”，确保证据链完整。

二、商标纠纷案例

案例一：德国“EQ”电动车商标冲突案

核心问题：品牌名称近似导致的侵权纠纷

案件概述：

奇瑞（eQ）与奔驰（EQ）之间的商标争议，是电动车行业中极具代表性的案例。奇瑞于 2021 年推出“eQ”电动车品牌，销量超过 1.6 万辆，已经在中国市场积累了一定知名度。同期，德国豪华车制造商奔驰推出了“EQ”新能源子品牌。奇瑞认为两者在同一商品类别（新能源汽车）上，名称高度相似，易致混淆，构成侵权。

处理方式：

奇瑞并未采取“默默接受”的方式，而是主动向国家工商行政管理总局商标局提交了异议材料，要求撤销奔驰的“EQ”注册。奇瑞依据《商标法》和《反不正当竞争法》，主张奔驰明知奇瑞商标在先，仍进行近似注册，侵犯了其商标专用权。

结果与启示：

此案是中国品牌首次起诉海外豪华品牌商标侵权，彰显了中国品牌维护知识产权的决心。对于跨境电商企业来说，在海外注册商标时必须提前进行“抢

注”，特别是针对英文品牌名称，必须在进入主要市场（如欧盟、美国）前完成注册，防止被国际大品牌或竞争对手“抢先”注册。

案例二：爱玛 (AIMA) 电动车的国际品牌维权

涉案方：爱玛电动车 (AIMA, China) vs 海外侵权方

争议核心：品牌确权与跨境仿冒

时间与地点：持续进行中，涉及多个国家

案情概述：

爱玛电动车是中国知名的电动车品牌。随着其出海，面临了海外仿冒和侵权的挑战。爱玛曾在多个国家同步推进商标侵权诉讼与无效宣告程序，以制止跨境仿冒行为。

维权结果：

通过法律手段，爱玛成功挫败了多起跨境侵权案件，为其品牌在海外市场的安全运营提供了有力保障。

启示：

对于中小型电动车企业，建议在重点出口国（如美国、欧盟成员国）进行“多国同步注册”，并监控当地的侵权线索，及时采取诉讼或无效宣告。

案例三：德国商标侵权诉讼（名誉与品牌权纠纷）

案件名称：Audi AG vs. 蔚来汽车 (NIO)

案件编号：德国慕尼黑高等地方法院 (LG München)

时间：2024 年 4 月 11 日 (判决时间)

案件概述：

德国豪华汽车品牌奥迪 (Audi) 起诉中国电动车新势力蔚来 (NIO)，指控

蔚来的 ES6 与 ES8 车型名称与奥迪的 S6 与 S8 商标相近，可能导致市场混淆。奥迪在德国申请了“先使用”权利，认为蔚来的命名侵犯了其品牌权益。

判决结果：

判决：德国慕尼黑高等地方法院维持了原判，判决原告奥迪胜诉。法院认定奥迪在该商标类别下拥有先使用权，且蔚来的车型命名确实侵犯了其商标权。

影响：此案对蔚来在欧洲市场的品牌命名策略产生了深远影响，也提醒其他中国车企在进入欧盟市场时，需提前进行商标避让性检索（Trademark Clearance）。

三、跨境电商侵权案例

案例一：欧盟跨境电商平台批量海关扣押

案例名称：欧盟海关批量扣押中国电动车集装箱（2025 年）

案例概述：

2025 年，欧盟海关针对跨境电商出口的中国电动车进行了大规模突袭行动。首批查获了 500 个集装箱，随后在比雷埃夫斯港（Piraeus Port）又查获了 1935 个集装箱，总计 2435 个集装箱被扣押，涉及电动车价值约 2.5 亿欧元。

关键风险点：

（1）海关合规检查失效：虽然跨境电商平台（如亚马逊、速卖通）本身会进行侵权审查，但海关拥有独立的知识产权保护机制，一旦发现产品可能侵权（尤其是涉及安全标准或专利问题），会直接执行扣押。

（2）跨境物流链条复杂：该案例显示海关突袭往往针对集装箱批次，而非单件商品。企业在跨境物流环节的合规审查失效，导致大规模集装箱被扣。

（3）缺乏有效的事前备案：部分电动车产品在出口前未进行充分的事前

备案或预审查，导致在到达目的港后被海关认定为侵权产品。

应对策略：

(1) 强化供应链合规管理：在商品备货和出库阶段，必须对每一个 SKU 进行合规审查，确保所有产品均已通过海关预审。

(2) 主动备案与沟通：对于可能存在知识产权争议的产品（尤其是涉及特定技术方案的电动平衡车或电动自行车），企业应主动联系海关进行备案，提前沟通产品的合法性。

(3) 建立紧急应对机制：针对海关扣押，企业应提前制定应对预案，包括委托专业律师团队进行法律抗辩、提供合规证明以及紧急释放货物的流程。

四、海外诉讼与和解案例

案例一：美国联邦地区法院（ITC）专利诉讼与和解（实战案例）

案件名称： YIPU (TIANJIN) Intelligent Technology Co., Ltd. 诉 Electric Bicycle 专利侵权案

案件编号： 25-cv-01571 / 25-cv-01573 / 25-cv-01574（美国德克萨斯州东区）

核心专利： US D1,016,678 (美国设计专利)

时间： 起诉时间为 2025 年 2 月 14 日

案件概述：

该案涉及一家美国公司（YIPU）对中国电动平衡车/电动自行车生产商的专利侵权诉讼。原告指控被告在其电动自行车产品中侵犯了其美国设计专利权。

应对与结局：

策略： 针对美国专利诉讼，中国企业通常面临高额的损害赔偿与禁令风险。针对该类专利，企业应提前进行设计规避（Design Around）或无效化挑战

(Invalidation)。

结果：虽然该案的最终判决未在公开资料中明确，但类似案件通常通过和解撤案或专利无效宣告解决。企业应提前准备应诉资金与技术替代方案，以防突发。

第七章 电动车企业出海知识产权服务体系

为支撑电动车企业在国际市场的稳健发展，平台需构建一套从预警—合规—维权—运营全链条、可落地、且可复制的服务体系。本章在前述风险与策略分析基础上，提出面向政府平台与服务机构的服务框架、核心服务产品与实施要点，便于无锡市海外知识产权公共服务平台及其合作机构向企业提供标准化、可量化的一站式服务。

一、出海知识产权服务全景

服务定位：平台服务以“信息+技术+法律+金融”为四大能力支撑，围绕企业生命周期（筹备→进入→运营→维权→运营变现）提供模块化服务单元。



(1) 信息层：国别风险情报、法规/标准库、市场合规地图

(2) 技术层：专利检索与 FTO、专利景观、Design-Around、专利质量评估

系统

(3) **法律层**：商标注册/监测、海关备案、平台应诉、诉讼代理网络

(4) **运营/金融层**：IP 质押融资、专利许可撮合、品牌授权、跨境保险

(5) **交付物（示例）**：国别合规白皮书、FTO 报告、商标监测月报、海关备案包、维权应急箱、专利价值评估报告、IP 运营方案。

二、风险预警与监测服务

服务目标：实现“早发现、早提示、早决策”，把宏观风险情报转化为可执行的企业行为建议与预案。

服务内容（模块化）

(1) **国别/区域情报订阅**：覆盖法规、认证、司法判例、平台规则变更（重点关注 European Union、United States、东南亚等）。

(2) **专利监测与技术雷达**：对指定技术词条、竞争对手专利族、SEP 声明、年费/权属变化进行自动化监测并触发人工复核。

(3) **商标监测与抢注预警**：覆盖字/图/音译组合检索、近似查询与线上抢注行为捕捉。

(4) **市场渠道监测**：跨境电商（含 Amazon、Shopee 等）、经销渠道与在线舆情监测。

(5) **合规规则跟踪**：认证、数据合规、出口管制等政策更新的实时提示与影响评估。

交付与呈现

(1) 周/旬/年 报告（邮件+平台仪表盘）

(2) 关键风险红/黄/绿告警卡（含建议动作）

(3) 专属仪表盘：案件库、证据库、权利台账、任务待办

技术与方法

(1) 自动化检索引擎 + NLP 关键词告警

(2) 人工复核与法律评估并行（保证准确率）

(3) 与海关/平台的联动通道（建立快速通告机制）

服务模式与可交付性

(1) 订阅制（按市场/产品线计费）

(2) 项目制（一次性 FTO + 后续监测）

(3) 可与平台“免费诊断”结合，提供分级付费服务

三、高价值专利布局服务

服务目标：帮助企业识别、提升并保护对海外商业价值和防御价值最高的专利，形成可持续的专利资产组合。

服务流程（五步法）

(1) 技术梳理与价值筛选：识别核心技术、商业路径与潜在价值点（交付：技术价值矩阵）。

(2) 专利景观分析：进行全球/目标国专利家族与竞争对手布局分析（交付：专利热力图与侵权风险图谱）。

(3) 高价值撰写/优化：由专利-技术复合团队（发明人+专利工程师）撰写高质量申请文件，重点防护主权利并兼顾从属实施例。

(4) 优先战略与成本规划：PCT 策略、目标国选择、费用-收益模型制定。

(5) 授权后运营：专利维护、许可谈判、组合防御与专利池策略。

关键交付物

- (1) 高价值专利清单与优先申请计划
- (2) 专利撰写与提交文件（含权利要求策略）
- (3) 专利授权追踪与维护计划
- (4) 专利价值评估报告（可对接金融服务）
- (5) KPI 示例（为企业与平台对账使用）
- (6) 高价值专利授权率（目标市场）
- (7) 被引用次数 / 有效防御案例数
- (8) 许可收入或许可谈判达成率

四、海外商标与品牌保护服务

服务目标：保障品牌在海外市场的可用性与可持续运营，快速应对抢注、侵权与平台下架等事件。

服务内容

(1) 品牌战略诊断：评估品牌可全球化元素、图形/文字/音译风险与本地化建议。

(2) 商标布局执行：提供马德里体系与单国注册建议、优先提交、加急办理与证据池建立。

(3) 监测与应急处置：24/7 抢注告警、平台下架应急包（含律师函模板、证据池、授权书示范）。

(4) 品牌保护运营：平台备案（Brand Registry）、滥用投诉模板库、假冒商品取证与海关联动支持。

(5) 品牌价值运营：授权管理、品牌许可合同模板与品牌保护保险对接。

可交付成果

- (1) 品牌保护矩阵（按市场分类）
- (2) 商标受理回执、登记证书复印件与监测日志
- (3) 平台应诉包与海关备案包

五、跨境电商知识产权保护服务

随着跨境电商成为电动车企业出海的重要渠道，平台规则与知识产权保护机制日益严格，企业需构建系统化的合规与维权能力。

(1) 平台入驻前知识产权合规评估

- ①在入驻前，对产品 & 品牌开展全面评估：
- ②商标是否已在目标市场注册或申请；
- ③产品是否存在专利或外观侵权风险；
- ④关键词、图片、说明是否涉及侵权内容。
- ⑤降低因合规问题导致的下架或封号风险。

(2) 平台规则适配与品牌备案

- ①在 Amazon、Shopee、Lazada 等平台：
- ②完成商标注册及品牌备案；
- ③熟悉各平台知识产权保护规则；
- ④规范商品发布与品牌使用行为。
- ⑤提升品牌保护能力与平台信任度。

(3) 侵权监测与投诉维权机制

- ①建立跨境电商侵权监测体系：
- ②监测跟卖、假冒商品及侵权 Listing；
- ③利用平台投诉机制进行快速下架；

④对恶意侵权主体采取持续打击措施。

⑤实现线上侵权的高效处置。

(4) 反投诉与风险应对能力建设

①针对被投诉情形，应具备：

②快速举证与申诉能力；

③产品合规与权利证明材料准备；

④与平台沟通及复审机制应对。

⑤避免因被动应对导致账号受限或损失扩大。

(5) 店铺与账号知识产权风险管理

①加强账号层面的合规管理：

②店铺名称、品牌展示与商标权利一致；

③避免使用他人品牌词引流；

④防范账号关联风险与违规操作。

⑤保障店铺长期稳定运营。

(6) 风险提示

跨境电商知识产权风险具有“高频发生、快速放大”的特点，一旦出现侵权或违规，可能直接导致商品下架、店铺封禁甚至资金冻结，应高度重视平台规则与合规管理。

六、一站式出海知识产权解决方案

服务定位：为中小型电动车企业提供“从无到有”的一体化服务包，降低出海门槛、缩短合规周期、提高维权效率。

标准化套餐（示例）

基础包（适合试水企业）：市场诊断 + 商标优先注册（1 国） + 海关备案咨询 + 平台备案指导。

成长包（适合规模化出口）：FTO（一国）+ 商标马德里指定（3 国）+ 外观检索 + 平台合规培训 + 6 个月监测服务。

旗舰包（适合本地化运营/建厂）：深度 FTO（多国）+ 高价值专利布局（PCT/国家阶段）+ 全面商标体系 + 海关+平台联动 + 维权应急基金顾问服务 + IP 质押融资对接。

服务 workflow（SLA / 项目节点）

初诊（免费） → 2. 签约（明确输出与 SLA） → 3. 实施（分阶段交付）
→ 4. 监测与维护（周期性报告） → 5. 复盘与优化

（建议在合同中明确交付时间节点、质量验收标准与责任分担）

平台作用与赋能

- （1）标准化能力：提供模板、SOP、工具（如证据收集包、FTO 模板）
- （2）资源网络：对接海外律所、代理、检测机构与金融机构
- （3）风险缓释：通过集体监测、联合备案与政府背书降低中小企业出海成本

无锡市海外知识产权公共服务平台致力于为电动车企业提供可复制、可落地、可量化的出海知识产权服务能力。从早期的风险研判到中期的合规执行，再到后期的维权与资产运营，平台通过信息赋能、专业服务对接与金融支撑，帮助企业把“不确定性”转化为“可管理的商业变量”，从而提升区域产业的整体国际竞争力。

声明

本指引在无锡市锡山区司法局指导下，由无锡市知识产权协会、无锡市海外知识产权公共服务平台（无锡智麦知识产权代理事务所）、北京德恒（无锡）律师事务所共同组织编制，旨在为电动车企业开展海外业务提供知识产权风险识别、合规管理及应对策略方面的参考与指引。

本指引内容基于现行法律法规、公开信息及行业实践经验整理形成，仅供企业在开展海外经营活动时参考使用，不构成对具体法律问题的最终意见或专业法律建议。对于企业在具体国家或地区开展业务过程中涉及的知识产权事项，建议结合实际情况，咨询专业机构或执业律师意见。

鉴于各国（地区）法律制度、审查标准及执法环境存在差异，且相关政策可能随时间发生变化，本指引不对因使用本指引内容所产生的直接或间接后果承担法律责任。

本指引所涉及的案例、数据及相关信息，来源于公开渠道或行业整理，仅用于说明问题和提供参考，不代表对任何特定企业或事件的评价。

本指引最终解释权归无锡市海外知识产权公共服务平台；北京德恒（无锡）律师事务所；无锡市知识产权协会所有。

附录

附录一：主要国家知识产权申请路径对照表

本附录对电动车企业重点出海国家/地区的知识产权申请路径进行梳理，便于企业快速选择适合自身发展的布局方式。

（一）专利申请路径对照

国家/地区	主要路径	路径说明	适用建议
中国	直接申请	向国家知识产权局提交申请	作为优先权基础
美国	巴黎公约 / PCT 国家阶段	可通过优先权或 PCT 进入	市场大，建议重点布局
欧洲（EPO）	欧洲专利局统一 申请	授权后在各成员国 生效	适合多国统一布局
德国 / 法国等	单一国家申请	直接向各国提交	适合重点国家单独强化
日本	巴黎公约 / PCT 国家阶段	审查严格，周期较 长	技术导向企业重点布局
韩国	巴黎公约 / PCT 国家阶段	审查较快	适合电子、电控 相关技术
东南亚（泰国、 越南等）	巴黎公约 / PCT 国家阶段	部分国家审查周期 较长	建议选择重点市 场布局

(二) 商标申请路径对照

国家/地区	主要路径	路径说明	适用建议
中国	直接申请	授权周期较短	产品上市前布局
欧盟	RCD（注册共同体外观）	一次申请覆盖欧盟	成本低、效率高
美国	外观设计专利	审查周期较长	核心产品建议布局
日本	单一国家申请	审查较严格	高端产品适用
韩国	单一国家申请	审查较快	外观竞争激烈领域
海牙体系	国际外观申请	一次申请多个国家	适合多国同步布局

(三) 外观申请路径对照

国家/地区	主要路径	路径说明	适用建议
中国	直接申请	授权周期较短	产品上市前布局
欧盟	RCD（注册共同体外观）	一次申请覆盖欧盟	成本低、效率高
美国	外观设计专利	审查周期较长	核心产品建议布局
日本	单一国家申请	审查较严格	高端产品适用
韩国	单一国家申请	审查较快	外观竞争激烈领域
海牙体系	国际外观申请	一次申请多个国家	适合多国同步布局

（四）路径选择建议（指引性总结）

为提升企业决策效率，建议遵循以下基本原则：

（1）专利：优先采用“PCT+重点国家”模式

①初期通过 PCT 延长决策周期（最长 30 个月）

②后期进入核心市场国家阶段（如欧美）

适合技术型企业、研发导向企业

（2）商标：优先“马德里+核心国家单独申请”

①初期用马德里体系降低成本

②对重点市场（如美国）建议单独申请，提升稳定性

适合品牌出海企业

（3）外观设计：优先“欧盟+海牙体系”

①欧盟市场优先 RCD（性价比最高）

②多国布局可采用海牙体系

适合产品导向企业（整车/零部件）

（五）平台提示

不同国家审查标准差异较大，应避免“一套材料全球通用”

申请路径选择应与市场进入节奏、产品生命周期、成本预算相匹配

建议结合专业机构进行路径设计，避免重复申请或保护空白

附录二：电动车核心技术专利分类参考

为便于电动车企业进行精准的专利检索、布局与风险分析，本附录依据国际专利分类（IPC）与合作专利分类（CPC）标准，对电动车核心技术领域的专利分类进行梳理。本体系可作为企业内部知识产权管理的参考工具。

技术领域	具体技术分支	主要 IPC/CPC 分类号 示例
一、电池及能量管理	1. 电池技术与制造	H01M 10/00, H01M 4/00, H01M 2/00
	- 二次电池（锂离子电池等）	H01M 10/052, H01M 10/056
	- 电池结构（电极、隔膜、外壳）	H01M 8/00（燃料电池）
	- 固态电池、燃料电池	
	2. 电池管理系统（BMS）	H01M 10/42, H02J 7/00
	- 电池监控（电量、温度、健康状态）	B60L 58/00, B60L 58/10
	- 充放电控制、均衡管理	G01R 31/36（电池参数测试）
	- 安全防护（过充过放保护）	
3. 充电设施与技术	B60L 53/00	

	- 传导式充电桩	B60L 58/00 (无线充电)
	- 无线充电技术	H02J 7/00 (充电控制)
	- 充电站网络管理、智能调度	
二、电驱动系统	1. 驱动电机	H02K (电机类)
	- 电机本体设计 (永磁同步电机等)	B60K 1/00 (车辆电力装置布置)
	- 电机冷却系统	B60K 11/00 (车辆动力装置冷却)
	2. 电机控制器与功率变换	H02M (电力电子变换器)
	- 逆变器、变流器	B60L 15/00 (电机控制)
	- 电机驱动控制方法	B60L 3/00 (电动车辆安全监控)
	3. 动力传动与集成	B60K 17/00, B60K 17/14 (车辆齿轮传动)
	- 电驱动桥、减速机构	B60K 1/02 (车辆动力装置布置)
	- 整车动力总成布置	
三、整车控制与智能化	1. 整车控制系统	B60W 10/00 (混合动力车辆控制)

	- 能量管理策略	B60L 11/18 (再生制动控制)
	- 再生制动控制	B60W 20/00 (插电式混合动力控制)
	2. 智能驾驶与网联	G08G (交通控制系统)
	- 自动驾驶算法与传感器融合	B60W 30/00 (车辆导航)
	- 车联网通信、远程控制	H04W 4/021 (车联网通信)
四、基础结构与材料	1. 车身与底盘结构	B62D (机动车底盘)
	- 专用电动化平台底盘	C22C (合金材料)
	- 轻量化车身材料、连接工艺	B23K 37/00 (焊接工艺)
	2. 热管理系统	B60H 1/00 (车辆空调)
	- 电池包热管理	F28D (热交换)
	- 座舱热泵空调系统	
	3. 车辆附件与服务设施	B60S 5/00 (车辆保养维修)
	- 专用维修设备、工具	B60L 55/00 (储能装置在车辆上的安装)
	- 充换电站设施	

附录三：常用国际知识产权组织与平台

在企业开展海外知识产权布局、检索分析及风险应对过程中，相关国际组织及信息平台是重要的基础工具。本附录对常用国际知识产权组织及信息平台进行简要介绍，供企业在实际操作中参考使用。

一、国际知识产权组织

World Intellectual Property Organization

机构性质： 联合国专门机构

主要职能：

- (1) 负责国际知识产权合作与规则制定
- (2) 管理多项国际知识产权体系
- (3) 提供全球知识产权信息服务

主要服务体系：

- (1) PCT 国际专利申请体系
- (2) 马德里国际商标注册体系
- (3) 海牙国际外观设计注册体系
- (4) 企业使用场景：
 - (5) 通过 PCT 开展国际专利申请
 - (6) 通过马德里体系进行多国商标注册
 - (7) 通过海牙体系申请国际外观设计

2. European Patent Office

机构性质： 欧洲专利组织下属机构

主要职能：

- (1) 统一受理和审查欧洲专利申请
- (2) 提供欧洲专利授权服务
- (3) 建设欧洲专利信息数据库

企业使用场景：

- (1) 通过一次申请进入多个欧洲国家
- (2) 查询欧洲地区专利技术信息

3. United States Patent and Trademark Office

机构性质： 美国联邦政府机构

主要职能：

- (1) 审查并授权美国专利与商标
- (2) 发布知识产权政策与规则
- (3) 提供专利与商标数据库

企业使用场景：

- (1) 申请美国专利与商标
- (2) 检索美国专利及商标信息

4. European Union Intellectual Property Office

机构性质： 欧盟机构

主要职能：

- (1) 负责欧盟商标与欧盟外观设计注册
- (2) 管理统一的欧盟知识产权体系

企业使用场景：

- (1) 申请欧盟商标（EUTM）
- (2) 申请欧盟外观设计（RCD）

二、国际知识产权检索平台

1. PATENTSCOPE

平台类型： 国际专利检索数据库

主要功能：

- (1) 检索全球 PCT 专利申请信息
- (2) 查询专利法律状态及技术内容
- (3) 支持多语言检索

适用场景：

- (1) 技术研发前的专利检索
- (2) FTO 分析的基础数据来源

2. Espacenet

平台类型： 欧洲专利数据库

主要功能：

- (1) 提供全球超过 1 亿条专利文献数据
- (2) 支持技术分类检索
- (3) 提供专利族信息

适用场景：

- (1) 竞争对手技术分析
- (2) 专利布局研究

3. TMview

平台类型： 全球商标检索平台

主要功能：

- (1) 提供全球多个国家商标信息查询

- (2) 支持多国商标近似检索

适用场景：

- (1) 商标注册前检索
- (2) 商标侵权风险评估

4. DesignView

平台类型： 外观设计数据库

主要功能：

- (1) 查询全球多个国家外观设计数据
- (2) 支持图形与分类检索

适用场景：

- (1) 产品外观设计风险检索
- (2) 设计侵权判断

三、跨境电商知识产权保护平台

随着跨境电商成为企业出海的重要渠道，各平台均建立了知识产权保护机制。

(1) Amazon 品牌保护平台

主要功能：

- ①品牌备案（Brand Registry）
- ②侵权投诉与下架机制
- ③假冒产品监测

(2) Alibaba Group 知识产权保护平台

主要功能：

- ①知识产权投诉处理
- ②商品侵权举报
- ③品牌保护服务

(3) Shopee 知识产权投诉系统

主要功能：

- (1) 平台侵权商品投诉
- (2) 品牌保护机制

四、平台使用建议

企业在实际使用上述机构与平台时，应注意以下事项：

一是合理选择官方数据库进行检索。

在开展专利或商标布局前，应优先使用权威数据库进行检索分析，以提升检索准确性。

二是结合专业机构进行深度分析。

公共数据库适用于基础检索，但复杂技术领域仍需专业机构开展系统分析。

三是建立常态化信息利用机制。

企业应将国际知识产权信息平台纳入研发与合规流程，实现持续监测与风险预警。

附录说明：

上述机构与平台为企业开展海外知识产权活动常用的信息资源。企业在具体操作过程中，应结合目标市场法律制度及自身业务需求，合理选择并使用相关平台资源。

