

编者按：今年4月26日，是第20个世界知识产权日。为服务数字化转型战略，推动开展知识产权保护工作，农业银行于4月下旬至5月上旬组织开展“4·26知识产权宣传周”活动。本次活动以“知识产权为数字化转型保驾护航”为主题，提升各级机构的知识产权意识和实操技能。本报今日推出专版，介绍农业银行推进知识产权宣传相关工作，助力数字化转型深入发展。

做好知识产权工作 护航数字化转型

■杜彬瑜

推进数字化转型，需要提升科技驱动力，打造品牌知名度，营造尊重创新、保护创新的文化氛围。农业银行应以高度责任感，真抓实干，大力推进知识产权保护工作，为数字化转型保驾护航。要优化专利管理，促进数字化科技力量提升；强化商标引领，助力打造数字化品牌影响力；提高全员知识产权意识，为数字化创新培育良好文化氛围。

优化专利管理

科技创新是推动数字化转型的内在动力。专利是科技创新的“铠甲”，能保障自有的技术成果不被他人“山寨”“搭便车”，避免侵犯他人先权利；专利又是科技创新的“助推器”，可以从源头刺激和推动高质量的技术创新。多家银行机构在数字化转型实践中都显著加大专利申请力度，对科技创新给予专利保护和支撑，专利申请量和授权量稳步提升。

农业银行的专利管理工作要积极主动服务和促进科技创新，打造一批具

有自主知识产权的数字化科技产品，专利的数量和质量也应当与数字化转型相匹配，为转型工作提供充分法律保护。

提升专利产出，既是科技进步的成果体现，也需要实施积极主动的专利管理策略。要做好专利发展顶层设计，明确促进专利增长的指导思想，夯实专利数量储备。优化奖励机制，有效激励专利产出。提升培训质效，提高主创人员的实操技能。围绕数字化转型的重点业务和科技领域，突出数字化科技竞争优势和特色，稳步提高专利技术价值含金量。

强化商标引领

数字化转型的重点工作是要打造有竞争力的数字化产品。当前金融产品同质化现象严重，要想脱颖而出，赢得市场认可，需要打造一批“叫得响”的产品和品牌。商标作为重要的知识产权“武器”，不仅可以为单个品牌赋予法律层面的保护，一套完善的商标体系更有助于为整体品牌知名度和形象提升提供法律保障。

农业银行商标管理工作要紧贴产品体系建设，将数字化领域的“拳

头产品”打造为核心商标，全局性、前瞻性地构建完善全行商标体系，助力提升品牌影响力与市场竞争力。

商标管理工作需循序渐进。要绘制“商标地图”，构建商标体系，为数字化品牌体系建设提供服务。围绕核心商标布局储备商标和保护商标，构建数字化品牌商标群。以业务品类为横轴，以商标层级为纵轴，形成分类分级的全行商标矩阵，为不同层级的商标设置相应的权利保护机制。开展商标体检，查漏补缺，完善体系架构。长远看来，只有主动完善商标体系建设，才能有效引领品牌体系发展，助力提升数字化品牌价值。

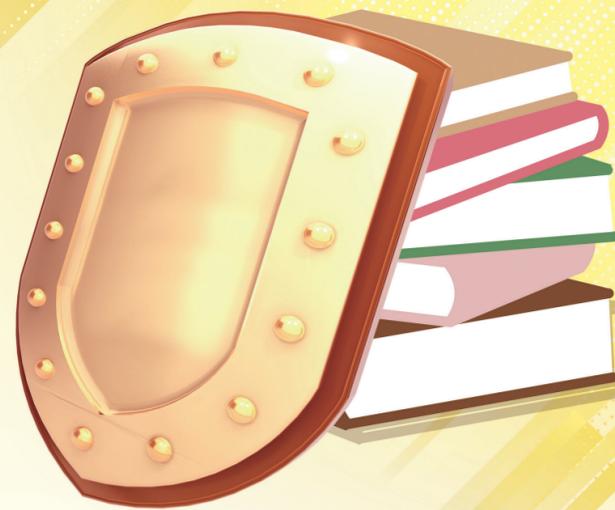
提高产权保护意识

提升全行知识产权保护意识，营造尊重创新的文化氛围，是深入推进数字化转型的重要前提。近年来，因部分员工缺乏知识产权保护意识，一些机构知识产权失权、侵权风险事件时有发生，引发了一些不必要的声誉风险。只有提高全员的知识产权意识，使每一位员工都懂得专利、商标、著作权的意义和价值，懂得利用法律手段捍卫自有知识产权，才能有效保

护数字化转型中涌现的智力成果，减少技术流失和品牌失权。同时，引导员工强化尊重他人知识产权的意识，自觉避免侵犯他人知识产权，无授权不使用，无许可不实施，也是知识产权保护工作的应有之义。

提高全行知识产权保护意识，要重视培育知识产权文化氛围，对内促进自有知识产权数量质量稳步提升，规范行使权利；对外充分尊重他人知识产权，有效降低侵权风险。

提升全行知识产权保护意识需多管齐下。宣传培训是基本形式，要常态化开展知识产权保护宣教，围绕数字化转型重点领域，行内法律人员宣传和外部专家培训相结合，讲评身边典型案例，介绍风险防控经验，形成良好的知识产权宣传氛围。制度完善是机制保障，推动行内有关制度建设，围绕知识产权管理环节，按照“谁使用谁负责”的原则，构建知识产权风险防控体系，通过制度约束，引导员工意识，规范员工行为。监测排查是重要手段，各级机构持续开展风险日常监测，及时揭示风险、针对风险高发的重点领域开展排查，即查即改，以查促改，以问题为导向推动工作改进和意识提升。



强化商标保护 提升产品核心竞争力

■傅仕娜

打造特色商标、塑造特色品牌可以有效提升产品核心竞争力。银行机构应加强商标设计、申请、防御及推广应用等各项工作，推动数字化转型发展。

商标设计应未雨绸缪。在产品保护及风险防范。一方面，商标的设计应具有显著特征，将产品与同业产品进行有效区别，便于消费者进行准确区分和选择。同时，具有独创性的商标也能有效避免被他人“搭便车”。另一方面，在商标的设计阶段应提前核实该商标是否存在他人使用相同或近似商标，是否存在其他权利瑕疵等，以避免侵犯他人先权利，或者使用后无法获得商标保护。

商标申请应深谋远虑。在进行商标申请时要充分考虑到未来发展空间及需要。一是要提前规划。根据产品类别对商标进行细分，建立核心商标、重要商标、关联商标、防御商标等分层分类管理机制；除对产品标识申请商标注册外，广告宣传语也应一并申请，同时可将商标注册为域名，多角度保护特色品牌合法权益。二是适当扩展商标注册类别。同一商标除在第36类核心类别申请外，还可在关联类别上申请。农行重庆分行“金穗慧生活”公众号，因属于线上平台，因此增加注册了第9类可下载的手机应用程序和42类主页和网站

设计、平台即服务等互联网信息服务对应类别；且考虑到平台上需发布官宣、软文等，还增加注册了41类电子书籍和杂志在线出版服务等相应内容。三是考虑国际化发展需要。除在国内进行相关知识产权申请外，还需充分论证在国外经营地或者未来可能经营地的知识产权申请的必要性，消除未来国际商标隐患。

商标防御措施不可或缺。金融产品同质化严重的情况下，为有效延长产品生命周期，加大保护力度，有必要采取防御性措施。一是商标可以“LOGO+汉字”、文字设计、“图形+文字”等多形式申请注册，还可通过版权登记，争取获得标识的著作权，在商标注册前，可防止他人以该图形申请注册，使商标获得全方位保护。二是可申请注册防御商标。如农行原有商标在特定地域内有一定知名度，即使农行不再使用该商标，仍可考虑申请通过续展授权，以防止他人使用对农行造成不良影响。

商标应加强推广运用。商标注册成功后应加强推广运用，确保商标的有效性。可通过广告宣传、商业活动中使用，以防止连续三年不使用被撤销的风险。商标推广使用中应注意不能随意更改标样，且应注意留存推广资料，如设计、宣传协议、宣传的视频、展板、广告牌以及内部文件等。除产品推广外，要在宣传、广告、展览、商业活动等各种渠道广泛应用，提高商标的知名度，形成品牌影响力，以此提升商标价值创造。

构建场景金融 应注重品牌保护

■黄泥君

在银行数字化转型过程中，构建场景金融生态是重要一环。不同于银行向第三方开放数据和服务的传统模式，场景金融直接将场景与用户对银行开放，可使银行在开放的场景中精准触达并服务用户，向客户输出整体金融服务能力，实现合作赋能，综合提升数字化水平。与第三方合作过程中的产品研发、系统对接、宣传途径及宣传内容共享等环节，都可能涉及知识产权法律问题，对银行工作人员的知识产权意识提出了更高的要求。

深植品牌意识，强化知识产权保护。个别员工知识产权保护意识不强，对自有知识产权的重要性缺乏足够的认识，在场景金融业务的开办中未足够关注对银行品牌LOGO等知识产权的保护。例如，某些场景金融项目中，由银行开发相关系统软件，但未具体约定知识产权归属以及各相关方的权利行使方式等问题，导致软件著作版权等知识产权失权；在部分与高流量互联网头部企业合作的开放

银行项目中，对自有商标未采取足够的保护措施，引发侵权风险。因此，在场景金融业务中，一方面，要强化场景金融合作协议中的知识产权条款设置，严格落实《中国农业银行知识产权管理办法》有关规定，明确知识产权归属和责任划分等问题，避免智力成果流失。另一方面，要特别注意其他银行同类型场景金融产品的知识产权使用情况，关注外部单位授权使用农行业务的行为。

规范知识产权运用，避免侵权风险。在场景金融产品宣传中，要融入知识产权侵权风险防控意识，如某些项目在向第三方技术公司采购相关软件的使用权时，应注意软件的授权年限与业务开展期限之间的衔接，避免因时间差造成无授权使用。在场景金融产品宣传中，要注重对外发布信息知识产权专人审查，建立完整的申请、编辑、审核、发布流程，从源头防范知识产权侵权风险。同时规范内部管理流程，畅通监督渠道，通过内部监督体制最大程度避免侵犯他人知识产权行为。

(本版图文由农总行法律事务部提供)



图1



图2



图3

开展系列宣传 助力转型发展

按照统一部署，农业银行各分支机构连日来积极开展“4·26知识产权宣传周”活动，通过设立咨询台、悬挂条幅、宣讲案例等多种形式，进一步提升公众知识产权保护意识，助力全行数字化转型发展。

图1 浙江金华分行结合数字化转型和智慧银行建设开展系列宣传活动。 杨凯摄影

图2 河北邢台分行工作人员向客户宣传介绍知识产权保护知识。 郑尹程 高洪水摄影

图3 山东泰安分行工作人员为市民普及介绍知识产权保护基本知识。 李公泽摄影

加强产权保护 维护合法权益

解析“微粒贷”商标侵权纠纷案

案例简介

A银行是一家互联网银行，依法注册“微粒贷”文字商标和图文商标，经过长期推广使用，“微粒贷”商标与互联网小额贷款建立了紧密联系且具有较高的知名度。随后，B公司擅自在其安卓版“微粒贷分期”APP中使用“微粒贷”文字及图文商标，并通过该APP向公众提供金融贷款相关服务。对此，A银行以B公司侵害其商标权及不正当竞争为由，向法院提起诉讼。法院经审理认为，被告B公司在涉案APP名称及使用中多处使用“微粒贷”等字样，容易导致相关公众认为其提供的商品及服务来源与A银行存在特定联系，构成对涉案商标专用权侵害及虚假宣传。因此，法院判决被告B公司就涉案侵害商标权行为及不正当竞争行为为原告A银行消除影响，同时赔偿原告A银行相应经济损失及其他合理开支。

争行为为原告A银行消除影响，同时赔偿原告A银行相应经济损失及其他合理开支。

案例启示

本案是金融机构成功通过诉讼途径维护自有商标权的典型案例。近年来，随着社会公众对互联网金融产品及服务需求的日益增长，各商业银行纷纷加快数字化转型步伐，互联网金融企业不断涌现，金融产品竞争激烈，同类化现象显著，线上知识产权被侵权事件时有发生，直接导致技术泄露、品牌价值流失等危害。因此，要切实加强对知识产权日常监测，防范知识产权被侵权风险，用法律武器维护自身合法权益。

首先，要本着“教育为重”的理念，多鼓励员工学习知识产权知识。让每

位员工知悉本公司享有的注册商标、专利、著作权、域名等知识产权，借助广大员工的力量及时发现侵权行为，并对监测有力的员工给予适当奖励。

其次，要加大对知识产权保护的科技支持，做到科学监测，让侵权企业无处遁藏。在日常经营活动中，充分借助大数据分析和云计算技术，通过设置知识产权侵权关键词等方式进行智能化检索，实时监测知识产权是否有被他人非法使用的情况，包括但不限于他人经营活动中非经本公司同意即使用其商标名称，发布篡改其域名的钓鱼网站，非法使用其专利产品，非经许可转载其享有著作权的作品等侵权行为。

再次，要善于运用法治思维和法律武器实现依法维权。比如，在与第三方开展业务合作前，应签订拥有

规范、完备的知识产权保护条款的书面合同，明确相关金融产品和服务所涉商标、专利、域名等知识产权的授权使用范围，禁止合作机构未经本公司同意，擅自使用或超越授权范围使用。同时，要求合作机构在合同中承诺其提供的设备及服务无任何权利瑕疵，没有侵犯任何第三方权利。一旦发现他人违反法律规定或合同约定，侵害本公司知识产权时，应当保存侵权证据。对于认定存在侵权行为的，要及时追究侵权者的法律责任。因知识产权纠纷形成诉讼或者仲裁的，交由公司法务或外聘专业律师进行处理。

(顾国叶)

