

2016年5月(第十八期)



铭天知识产权周刊

Intellectual Property Consultant

北京铭天知识产权代理有限公司 铭天知识产权顾问部 主办



铭天知识产权周刊



北京铭天知识产权代理有限公司

地址：北京市西城区马连道路 19 号茶马大厦 13 层

网址：www.ming-tian.com

微信公众号：MeanCare

电话：400-8650075；010-83204505

邮箱：mcip@meancare.com

传真：010-63326276

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★

2016 年 5 月（总第 18 期）

2016 年 5 月 23 日（周刊）

主 办：北京铭天知识产权代理有限公司

北京铭天知识产权顾问部

《铭天知识产权》编辑部

顾 问：郑建军

主 编：郑建军

编 委：罗丽娅 李颖 赵珊
钟磊 杨冬霞 张婷婷

地 址：北京市西城区马连道路 19 号茶马大厦 13 层

电 话：400-8650075

传 真：010-63326276

邮 箱：mcip@meancare.com

网 址：www.ming-tian.com

《铭天知识产权》简介

北京铭天知识产权代理有限公司（以下合称为“公司”），系经国家工商行政管理总局商标局备案登记，以及国家知识产权局、版权局认可的综合性专业法律服务机构。公司总部位于北京，毗邻国家商标局，具有良好的地理优势。并且通过多年的努力，公司在行业内建立了广泛、长期、紧密的合作关系，能够为客户提供包括但不限于商标、专利、版权等全方位的知识产权法律服务，尤其在驰/著名商标认定、商标风险代理方面取得了显著成就。

同时铭天公司通过多年的努力，在司法、行政等政务主管和职能部门中树立了良好的工作形象，并在与各行各业客户的知识产权业务合作中，亦建立起了良好的职业信誉。依托良好的社会关系网络，以及与国家商标局、国家知识产权局专利局等政府主管部门顺畅的工作沟通，公司在中国驰名商标认定、著名商标认定、商标风险处理、商标行政诉讼、知识产权战略制定等业务上，具备得天独厚的优势。

自成立以来，铭天公司一直致力于知识产权领域或法律的研究与实践，始终坚持“专业、高效、细致、热情”的服务宗旨，根据客户的需要提供个性化、系统化、全方面的纵深法律服务，协助客户将知识产权管理工作深入到企业的每一个环节中。凭借高水平的专业团队与高标准的服务方式，铭天正成为行业中的佼佼者。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

铭天动态 | 行业资讯 | 典型案例 | 客户风采

目 录

铭天动态

铭天团队的新客户.....	4
微信公众号.....	5

行业资讯

工商总局：积压商标注册证发放工作已全部完成.....	6
“最严版权令”实施一年 交易型音乐市场尚未到来.....	6
“人权”“知识产权”哪个重要?.....	8

典型案例

首例电子竞技比赛直播著作权案二审宣判.....	9
腾讯终于拿下 weixin.com 域名.....	11

客户风采

铭天荣誉客户	13
--------------	----



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

铭天动态

铭天团队的新客户

【作者：铭天知识产权】



客户产品外观预览 mu-X



继江铃新能源汽车与铭天公司合作之外，江西五十铃汽车公司目前确定与公司合作，签署知识产权战略合作项目



客户产品 D-MAX

江西五十铃汽车有限公司成立于 2013 年 4 月，由江铃集团与日本五十铃公司各出资 50% 组建，总投资额为 44.02 亿元（含发动机公司 17.18 亿元），是日本五十铃公司在中国的战略投资项目。江西五十铃汽车有限公司前期规划 10 万台产能，产品线涵盖最新款的五十铃品牌皮卡及 SUV，产品款式将保持与全球同步。



客户品牌发展历程



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

微信公众号的更新

【作者：铭天知识产权】



尊敬的客户您好：

感谢大家一直对北京铭天知识产权代理有限公司的支持，公司为了进一步服务广大客户，增进用户体验，我们针对性对微信公众号进行了改版。公众服务号不变，每周更新微信周刊，现在推出微信订阅号，每天更新行业资讯，让用户了解最新的行业讯息，希望新老用户一如既往的支持我们。

微信公众号特点：

微信订阅号每天会整理出行业最新的新闻资讯，让您了解到最新的行业资讯。
微信服务号除了每周整理一期周刊外还提供客户查询公司业务收费等问题

也可以通过在公众微信号上留言，让我们为您提供最及时的服务。



为了更好服务客户我们一直在努力，欢迎您通过以下联系方式给我们留下宝贵意见，我们竭诚为您服务！

咨询热线：400-8650075

感谢您对北京铭天知识产权代理有限公司工作的支持和关注！



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

行业资讯

工商总局：积压商标注册证发放工作已全部完成

【来源：工商总局商标局】



今年4月初，媒体报道工商总局商标局商标注册证延迟发放一事，工商总局高度重视，采取多项措施努力解决商标注册证积压问题，并向社会承诺在5月底前将前期积压的商标注册证全部发放注册人。

截至目前，积压商标注册证发放工作已完成。自此，商标注册证实现正常发放。

在解决积压商标注册证发放的基础上，商标局通过变更出具方式、简化办理手续、优化工作流程，提高办事效率，进一步解决了群众反映的办理《商标注册证明》排队问题。今后，大厅申请将实现立等可取，邮寄办理的在五个工作日内办结，费用比照档案查询规定，不予收取；要求按原方式出具《商标注册证明》的，办理时间压缩到一个月以内。

下一步，商标局将举一反三，全面梳理商标工作各个环节，以方便申请人为原则，采取简化部分商标注册申请文件、开通商标注册后续业务快速审查通道、积极开展电子商标注册工作、向所有商标注册申请人开放网上申请系统等措施，实现商标注册的便利化。

“最严版权令”实施一年 交易型音乐市场尚未到来

【来源：北京商报】



日前，IFPI（国际唱片业协会）发布了《2016 全球音乐报告》，报告显示，2015 年中国音乐销量上涨 63.8%，达到 1.7 亿美元，其中数字音乐收入整体上升 68.6%，成为近年来中国音乐市场增长最快的一年。但业内人士指出，在“最严版权令”实施后，几个大的互联网音乐平台基本确立“音乐付费”规则，中国市场目前的付费情况有所好转。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

而 IFPI 给出的令人欣喜的增长数据来自于播放平台给唱片公司的预付款数据，并不能完全体现中国音乐市场的整体交易现状。报告中预测的中国交易型音乐市场正在形成为时尚早。

版权令实施一年 付费情况并不乐观



2015 年是中国音乐版权格局市场震动最大的一年，7 月 8 日，国家版权局下发《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》，业内称为“最严版权令”。版权令一经推出，16 家直接提供内容的数字音乐服务商主动下线未经授权音乐作品 220 余万首，各大播放平台也纷纷推出会员制度，以 QQ 音乐为例，普通付费包每月 8 元，豪华付费包每月 12 元。基于 QQ 拥有的庞大用户群和已经运营快八年的绿钻模式，付费效果明显。

《2016 全球音乐报告》也指出，上一年度中国数字音乐收入提升了 68.6%，但这不能体现音乐付费市场全貌。阿里音乐版权负责人表示，IFPI 的报告不能真实体现中国音乐市场的付费情况。“IFPI 的数据是从华纳、环球、索尼三大唱片公司收集来的，基于播放平台交付版权方的预付款情况得出，现在的付费情况并没有数据显示得那么乐观。”所谓预付费，是指在不确

定收益的情况下，播放平台通常每年要花上亿元去购买唱片公司的数字版权，原则是“多补少不退”，即超出部分要继续与唱片公司分成，如果收益没有达到预付款数额，就以预付金额为主。版权令实施之后，各大平台都推出了付费服务，付费情况有所好转，但从整体收入来讲，相对于预付的版权费没有可比性。”阿里音乐版权负责人表示。

“避风港”原则滥用导致市场扭曲

IFPI 的报告指出，虽然音乐消费获得全球性的增长爆发，但是版税漏洞依然是音乐人和厂牌收益可持续发展的最大阻碍。

由于数字音乐服务容易绕开传统音乐的授权规则，因而出现了版税漏洞。1998 年，美国在著作权领域推出了“避风港”原则。如果搜索引擎提供的歌曲链接内容涉嫌侵权，在其能够证明自己并无恶意，并且在 24 小时内删除相关内容，网络服务提供者不承担赔偿责任。如今，“避风港”原则被滥用导致市场的扭曲和不公平竞争，并使得艺人和厂牌无法获得公平的回报。此外，由于一些传播渠道相对隐蔽，音乐版权所有者特别是独立音乐人对于遭遇侵权未必知情，而维权成本与诉讼赔偿可能也不成比例。低廉的侵权成本增加了音乐由免费到付费的难度。

利益分配一直是中国音乐产业的痛点，有观点认为，互联网时代，版权方较之播放平台处于弱势。针对这一观点，阿里音乐版权负责人表示，在版权不健全的情况下，唱片公司因无法通过合理渠道回收利益处于弱势。事实上，在版权健全的情况下，音乐版权的惟一性使得播



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

放平台只能处于‘乙方’位置。从两三年前开始，因为独家市场的垄断性以及对于版权的重视，唱片公司愈发强势，从预付费方面就可以看出这一点。”

市场仍处于免费到付费转型期

所谓交易型音乐市场就是付费市场。在中国，长期以来音乐有较强的服务属性，而与交易属性无关。“餐厅、商场的背景音乐服务于商业环境、电影配乐服务于影片、KTV 音乐服务于大众娱乐，这些都不具备交易属性。”恒大音乐市场总监王毅表示，“版权令下达后，付费音乐、会员制出现，这才使得音乐在内容上具备了交易属性。”

中国互联网经历了太漫长的免费期，为音乐买单的观念很难通过一年的时间实现。“观念的转型需要时间，相比于三年前，付费音乐从无到有，现在一些‘90 后’已经开始拥有付费习惯。在播放平台上依然有免费和付费的选择，免费音乐依然是不少人的首选。”

据新音乐产业观察所做的音乐消费调查显示，2015 年国内 64% 的人全年音乐消费超过 800 元，56% 的人全年消费音乐超过 1000 元，20% 的人消费音乐超过了 5000 元。这些花费有 69% 用在了实体唱片上，63% 用到了付费下载上，数字音乐消费比重提升。全球著名市场调研公司尼尔森也对中国音乐市场做出了十年预测，预测称，未来十年内，中国音乐消费市场全面爆发，有望达 56 亿元。由此可见，中国音乐消费市场潜力巨大，但转型期并不短暂。

“人权” “知识产权” 哪个重要？

【来源：网络整理】



最近魏则西事件在网上吵得沸沸扬扬各大网站争先报道了详细情况。网友评论也是一片倒，纷纷谴责百度推广、抨击医疗体系等等。新浪网一则新闻是从不同角度看待这次事件里，标题为“魏则西生前怨恨：买印度便宜药不让入关 难道等死？”。

小编也是刚接触专利版权类问题，查了一下资料发现印度是世界上最大的仿制药出口国家。而且药物便宜，因为印度实行“药品专利强制许可制度”。这种制度指在国家出现紧急状态时或为了公共利益，对取得专利权的药品，可以不经专利权人的同意，由政府授予、许可其他企业使用。换言之，为了挽救一些患者的生命，经过印度政府授权。物美价廉的仿制药得以“特批”合法生产。但由于一些药物研发者在中国已注册专利，目前还在专利保护期，一些印度仿制药在我国药监部门眼中就是假药国家就不会批准印度版的仿制药销售。

然而出现这种事件，国内昂贵原药高攀不起，国外廉价仿制药不许卖，患者求医问药的权益在哪？



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

其实我国现行法律框架下也有药品强制许可制度的规定：2001年7月1日实施的《中华人民共和国专利法》（以下简称《专利法》）和2003年7月15日实施的《中华人民共和国专利法实施细则》（以下简称《实施细则》），及2003年7月15日实行的《专利实施强制许可办法》和2005年11月29日通过2006年1月1日实行的《涉及公共健康问题的专利实施强制许可办法》（以下简称《公共健康强制许可办法》）。

虽然已经有了相关法律法规，但至今尚未有药物强制许可的先例，因为“强制许可”的实践操作具有很大难度。一个国家是否应该实施药品专利强制许可，是一个涉及公共健康和药品价格的可达性的问题，而事实上，这还是一个专利链接和首仿药保护制度缺失的问题。

因此人权跟知识产权之间存在着紧张关系，为了构建更加完美的用药环境，药监以及相关司法、执法部门要通力协作，将患者或者公众权益最大化当做衡量工作得失的最高标准，要尽快激活“药品专利强制许可”制度，为廉价仿制药从国外引进乃至国内生产打开“绿色通道”，这是公众诉求之“情”与国际通行之“法”完美结合的应有之义。

典型案例

首例电子竞技比赛直播著作权案二审宣判

【来源：知产力】



如果问现阶段互联网上最火的是什么，答案一定会是“网络直播”。前有网红 Papi 酱的首次贴片广告权拍出 2200 万元的“天价”，后有各路明星纷纷“杀入”网络直播平台。而电子竞技游戏网络直播也早已是一片红海，2014 年国内游戏直播平台数量就已经高达数十家，其中包括火猫 TV、斗鱼 TV、熊猫 TV、战旗 TV、虎牙 TV 等。

然而，对于电子竞技比赛直播视频是否享有著作权，法律上并没有作出明确规定，司法实践中也缺乏具有指导意义的判决，由此引发了颇多争议。

5月9日，上海知产法院对国内首例电子竞技类游戏赛事网络直播引发的著作权侵权及不正当竞争纠纷案作出二审判决，驳回上诉，维持原判。评论认为，在目前法律存在空白的情况下，**该案对电子竞技比赛直播著作权的认定具有借鉴价值和指导意义。**



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

案情简介

DOTA2 是一款由美国维尔福软件公司 (Valve) 开发的多人在线战斗竞技类游戏，因其可玩性和良好的产品质量而广受玩家好评。目前，Dota2 已经拥有多项世界级的专业赛事，其中就包括由 DOTA 2 中国代理运营商完美世界 (北京) 网络技术有限公司 (下称完美世界公司) 主办的亚洲邀请赛。



(图为 DOTA2 亚洲邀请赛海报)

2014 年，上海耀宇文化传媒有限公司 (下称耀宇公司) 与完美世界公司签订战略合作协议，共同打造 2015 年 DOTA2 亚洲邀请赛，耀宇公司获得该赛事在中国大陆地区的独家视频转播权。火猫 TV 是耀宇公司旗下直属的网络游戏直播平台，该平台的一大特色就是拥有国内外游戏赛事的独家版权。



2015 年初，首届 DOTA2 亚洲邀请赛在上海举行。耀宇公司发现，广州斗鱼网络科技有限公司 (下称斗鱼公司) 未经授权，以通过斗鱼 TV 旁观模式截取赛事画面配以主播点评的方式实时直播该赛事，且在直播时使用了耀宇公司的标识，时间持续近 1 个月。

斗鱼 TV 同为国内一家以游戏直播为主的网络直播平台，是斗鱼公司旗下产品。



2015 年 2 月，在向斗鱼公司多次发函未果后，耀宇公司将斗鱼公司起诉至上海市浦东新区人民法院。

一、二审判决

耀宇公司起诉时，涉案 DOTA2 赛事仍在进行中，为避免造成更大的损失，耀宇公司在提交证据材料并提供 50 万元现金担保的情况下，向法院申请对斗鱼公司采取诉中行为保全措施。法院审查后认为，耀宇公司的申请符合法律规定，裁定斗鱼公司立即停止播出 DOTA2 亚洲邀请赛。

2015 年 6 月 1 日，浦东新区法院公开开庭审理了耀宇公司与斗鱼公司著作权侵权及不正当竞争纠纷一案。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

耀宇公司诉称，公司就涉案赛事形成的音像视频内容受著作权法保护，他人未经许可通过信息网络传播该作品，侵害了其信息网络传播权；原、被告之间存在同业竞争关系，被告的行为构成违反诚实信用原则和公认的商业道德的不正当竞争，并且构成虚假宣传的不正当竞争。

斗鱼公司辩称，被告是通过DOTA2游戏客户端的旁观者观战功能获取画面，并未使用原告直播的音像视频内容，故无原告所称的侵权行为或者不正当竞争行为。直播时在网页上标注原告的标识是对承办涉案赛事方的尊重，不构成虚假宣传的不正当竞争。被告未从涉案赛事直播中获得任何盈利，观众数量的多少与网站收益没有关联，原告主张的经济损失赔偿金也没有依据。

法院审理后认为，网络用户仅能在斗鱼公司直播的特定时间段内观看正在进行的涉案赛事，耀宇公司主张被侵害的视频转播权既不属于信息网络传播权，亦不属于其他法定的著作权权利，且比赛画面不属于著作权法规定的作品，故耀宇公司关于斗鱼公司侵害其著作权的主张不能成立，但认定斗鱼公司构成不正当竞争，遂判决其承担消除影响、赔偿经济损失及合理费用共计110万元。

斗鱼公司对上述判决不服，提起上诉。

斗鱼公司认为，目前国内的游戏直播网站大部分都采取通过客户端截取比赛画面然后将画面转给观看玩家，并配上自己平台的解说和配乐从而进行直播，游戏厂商对此亦未提过异议。根据法无明文规定不可为即可为的民法原则，斗鱼公司的行为本质上是对涉案赛事进行报道，该行为没有超出游戏客户端旁观者的合理使用范围。

二审法院审理后认为，斗鱼公司的行为违反了反不正当竞争法中的诚实信用原则，违背了公认的商业道德，损害了耀宇公司合法权益，破坏了市场竞争秩序，具有明显的不正当性，构成不正当竞争，故判决驳回上诉，维持原判。

结语

一、二审的判决认定，电子竞技赛事网络直播的画面不属于著作权法意义上的作品，不受著作权法保护。这一判决对于后续类似案件的审理具有重要的参考意义，其他网络直播平台在主张权利时无疑也会将此纳入考虑范围。

有趣的是，尽管否认电子竞技直播画面享有著作权，上海知产法院却在相关管辖异议裁定书（参考（2015）沪知民终字第81号裁定书）中，作出了如下表述：“诚如原审法院所认定，本案被上诉人起诉上诉人的被控侵权行为应属信息网络侵权行为...”

腾讯终于拿下weixin.com域名，花了多少？可能一分钱都不需要

【来源：虎嗅网】





★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

今天，原 weixin.com 域名的拥有着，一个名为“很快”的微信开发者联盟在他们地址为 weixin.com 的论坛网站中刊发公告，称终将 weixin.com 域名转交给腾讯。腾讯获得域名的代价并没有公开——通过仲裁与法律渠道，腾讯甚至有免费取得域名的可能性，而坊间传言，weixin.com 域名现持有人，购得此域名的费用超过 3000 万元人民币。



复杂而意外的域名纠纷

2015 年 12 月，腾讯控股将一纸投诉书投到了亚洲域名争议解决中心香港秘书处，主张被申请人“li ming”（以下简称“李先生”）手中的“weixin.com”域名与李先生本人姓名及手中自产无关，是为知晓腾讯公司微信商标后的恶意注册，并将域名用于微信相关的领域。

而被诉人李先生则主张不能证明“weixin”与微信有关，更重要地，该域名注册于 2000 年，远早于微信的发布时间，并且李先生的域名交易入手过程均为正当程序，且不存在将域名挂牌出售或表达出售意向等恶意抢注的行为表现。此外，网站上也在醒目位置表明此网站非微信官网，并不构成不恶意竞争。

而域名仲裁结果却令人大跌眼镜：侵权成立、域名被判应转移给腾讯公司。

一个 2000 年就注册了的域名，晚出生快十年的微信，这侵权是怎么回事？一时间，关于微信商标的话题便炸了锅。也有好事者翻出了微信早先商标侵权诉讼的先例：

2015 年 3 月，北京知识产权法院审结的一起关于“微信”商标的行政诉讼中，法院一审驳回了原告创博亚太科技（山东）有限公司的诉讼请求，判决维持了工商总局商标评审委员会对创博公司提交的 38 类“微信”文字商标不予核准注册的复审裁定。虽然原告创博公司比微信官方早 2 个月提交了第 38 类“微信”文字商标申请，但是，该商标申请在审查期间经异议程序被商评委裁定不予注册，而在诉讼中再被判决维持不予核准注册。

而 weixin.com 则是在域名方面的又一例，说腾讯店大欺客？亚洲域名争议解决中心自然有他们的说法：

域名注册人的转移应该视为一次新的注册。因此，被投诉人取得争议域名拥有权的日期晚于投诉人取得“weixin”/“微信”之香港商标注册日期（即 2011 年 10 月 25 日）。

据称这样的推断来自域名诉讼中的判决先例，但这样的结论确实也挑战了大众认知。但最终的结论，是三位仲裁官，以两票同意一票反对的结论，判定 weixin.com 转移至微信。对于仲裁结果，李先生自然不服，并于今年 2 月起诉至海淀区人民法院，三个月后，双方达成庭外和解，便有了今天的网站公告。域名转让，是真如仲裁结果一般空手套白狼，还是在合理的费用范围内，腾讯并没有给出相关信息。

为什么？

在知乎问题“如何评价域名 weixin.com 倒手后，腾讯申请仲裁成功？”中，网友也分别站在了天平两端。比较理性的网友老编辑认为，这里有充足的仲裁先例：



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

我估计李明不会善罢甘休，传闻已经要上诉了，但是前景不乐观。

当年 (<http://alibababank.com>)

域名也是这个亚洲域名争议解决中心香港秘书处判给了阿里，然后持有者在国内法院上诉，结果域名还是落在了阿里手上。域名之王蔡文胜的易名国际还在跟杜蕾斯打官司，为 (<http://durex.cn>) 这个域名，也是凶多吉少。

但是 (<http://weixin.com>) 这个裁决竟然还引发不少叫好声，因为域名投资者在有些人的潜意识里，和“不劳而获”，“投机倒把”画上了等号。苹果公司当年和唯冠关于“iPad”的商标案，最后苹果付出了 6000 万美元和解。由于影响了 the new iPad 的上市，濒临破产的唯冠在那一年没少被果粉问候家人。特斯拉商标案和解，Tesla 免费获得“特斯拉”中文商标的时候，网上也是一片叫好声。

而支持者，则认为现在的 weixin.com 被收回是咎由自取。如果将这个域名作为个人博客使用甚至只是个空白页面，腾讯也只能乖乖掏钱，但将其作为微信相关的商业网站处理，自然是凶多吉少，在亚洲域名争议解决中心的仲裁书中，也是这样说的：

事实上，争议网站内容明显围绕投诉人“微信”产品，混淆浏览者访问该网站以获得商业利益，均属《政策》第 4(b)(iii)及(iv)段的“恶意”使用。

尽管侵权言之确凿，但仲裁的过程却称不上舒心。一方面，仅由于原 weixin.com 网站中有大量链接至微信官方域名“weixin.qq.com”即被判定为用于混淆访客使其认为这是微信官网，尽管现拥有者做了非官方网站标识并提供了官方网站的跳转链接；另一方面，则称这个域名无法证明在 2015 年 6 月转手至李先生前有无侵权行为。

在判决中，大量无关内容被用来”佐证“被诉人侵权，甚至将原本 ICANN 用于保护域名所有者的付费隐藏信息也成了仲裁中的“有罪推断”。

那些天价的域名，为什么还是乖乖掏钱买了？

早在 2014 年，雷军的小米终于将 mi.com 收入囊中，成交价 360 万美元——略少于今天的李先生取得 weixin.com 的成本。短域名的价格由于面对国际上的竞争可能价格都会在高位，京东商城由原先的 360buy 改换成简拼 JD.com，成本也高达 300 万美元。当然，比起某些热门的英文单词域名来说，这些还都算便宜的。

之所以他们没法动用微信和上面提到阿里通过仲裁取得域名，很大程度上还是我们的李先生作死过头，将 weixin.com 真用在微信相关的行业中了吧。尽管从注册到多次转移，程序上都是正义的，但仲裁的结果，同样也可以是正当的。

客户风采

铭天荣誉客户

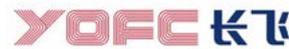


中国全聚德集团
CHINA QUAN JU DE GROUP





湖北三环汽车电器



北京铭天知识产权律师团队，专注于商标专利版权领域的法律问题，为客户提供法律保护的整体解决方案，包括但不限于基础申请、驳回复审、异议、备案、监测、无效宣告、注册登记、行政诉讼、民事诉讼，以及中国驰名商标认定、商标/知识产权战略规划、商标/知识产权常年法律顾问、商标/专利程序加急/疑难案件，等等。如有问题，欢迎您致电 400-865-0075 或 010-83204505，或者登陆我们的官方网站：www.ming-tian.com，关注官方微信平台：MeanCare



铭天知识产权代理有限公司

地址：北京市西城区马连道19号茶马大厦13层

邮编：10055

电话：400-8650075;010-83204505

网址：www.ming-tian.com

微信：Meancare;bjmingtian

新浪微博：铭天知识产权团队

