

NEWSLETTER

知产快报

● 路虎诉江铃不正当竞争案在北京市朝阳区法院一审胜诉的消息再次引爆汽车产业圈和知产界，针对“陆丰X7”对于“路虎揽胜极光”是借鉴还是抄袭双方仍各执一词，这是两车企13年知产情仇的休止，还是新麓战的开端，大家仍拭目以待。该一审判决是在捷豹路虎有限公司（“路虎公司”）和江铃控股有限公司（“江铃公司”）各自拥有的汽车外观设计专利均被无效的情况下，依据反不正当竞争法的规定，认定江铃“陆丰X7”汽车外观采用了路虎“揽胜极光”车型所特有的下压式车顶、悬浮式车顶、上扬的特征线条、蚌壳式发动机盖、整车轮廓造型五大独特装潢设计，构成了擅自使用与他人有一定影响的商品装潢相同或近似的标识的不正当竞争行为，引起了市场混淆。对案件走向产生至关重要影响的江铃公司外观设计专利无效案，也随之再次回归大众视野，引起业界的广泛关注。



由江铃外观设计专利无效案探析实践中对外观设计“明显区别”的判断

路虎诉江铃不正当竞争案在北京市朝阳区法院一审胜诉的消息再次引爆汽车产业圈和知产界，针对“陆丰 X7”对于“路虎揽胜极光”是借鉴还是抄袭双方仍各执一词，这是两车企 13 年知产情仇的休止，还是新麓战的开端，大家仍拭目以待。该一审判决是在捷豹路虎有限公司（“路虎公司”）和江铃控股有限公司（“江铃公司”）各自拥有的汽车外观设计专利均被无效的情况下，依据反不正当竞争法的规定，认定江铃“陆丰 X7”汽车外观采用了路虎“揽胜极光”车型所特有的下压式车顶、悬浮式车顶、上扬的特征线条、蚌壳式发动机盖、整车轮廓造型五大独特装潢设计，构成了擅自使用与他人有一定影响的商品装潢相同或近似的标识的不正当竞争行为，引起了市场混淆。对案件走向产生至关重要影响的江铃公司外观设计专利无效案，也随之再次回归大众视野，引起业界的广泛关注。

江铃公司专利号为 201330528226.5、名称为“越野车（陆风 E32 车型）”的外观设计专利于 2014 年 4 月 23 日授权公告。同年 7 月 25 日，路虎公司针对该外观设计专利提出无效宣告请求，2015 年 8 月 3 日再被麦戈文提出无效宣告请求。专利复审委员会以该涉案专利与对比设计在整体视觉效果上没有明显区别为由做出第 29146 号无效宣告请求审查决定，宣告涉案专利权全部无效；在北京知识产权法院，该无效决定被（2016）京 73 行初 4497 号行政判决撤销；而北京市高级人民法院在接到上诉后，又做出（2018）京行终 4169 号行政判决书，判决撤销一审判决。

从被提起无效到二审判决出台，该外观设计专利权无效案历时 4 年多，案情错综复杂，一波三折，在业界产生巨大影响，该案的二审判决更是入选最高人民法院 2019 年 4 月 17 日发布的 2018 年中国法院知识产权司法保护十大案件。

从外观设计“明显区别”判断方面来看，江铃公司的该外观设计专利无效行政纠纷案，对于如何适用“整体观察、综合判断”原则来判定外观设计专利与对比设计是否具有明显区别，具有重要的指导意义。下文中，将结合该案的无效决定、一审判决和二审判决，来剖析关于外观设计“明显区别”判断实践中存在的问题和需要考虑的因素。

一、司法实践中外观设计“明显区别”判断的一般考虑因素

专利法第 23 条第 2 款规定：授予专利权的外观设计与现有设计或者现有设计特征的组合相比，应当具有明显区别。

对于外观设计专利而言，“明显区别”的判断主要涉及两种情况，即：与现有设计单独对比和与现有设计特征组合对比。至于判断方法和判断原则，实践中普遍认为应当基于外观设计专利产品的一般消费者的知识水平和认知能力，对外观设计专利与现有设计的整体视觉效果进行整体观察和综合判断；也就是，判断时应以一般消费者为判断主体，以现有设计状况为客观参照系，综合考虑影响产品外观设计整体视觉效果的所有因素，例如：惯常设计、局部细微差别、使用时是否属于易见部位、功能性设计特征、设计空

间、创新性设计特征等。

判断外观设计专利相对于现有设计或者现有设计特征组合是否具有明显区别是实践中的重点与难点，而对视觉效果影响程度的评判又是判断是否具有明显区别的核心要件。如何准确适用“整体观察、综合判断”原则来进行“明显区别”的判断，特别是判断具体设计特征对整体视觉效果的影响，始终是大家研究和争议的焦点。

二、无效宣告请求审查决定观点

在关于江铃公司该外观设计专利的无效宣告请求审查决定中，专利复审委员会以涉案专利与对比设计在整体视觉效果上没有明显区别为由宣告涉案专利权全部无效。

该涉案专利与对比设计的主要视图如下：

涉案专利	对比设计
 <p>右视图</p>	 <p>右视图</p>
 <p>主视图</p>	 <p>主视图</p>
 <p>后视图</p>	 <p>后视图</p>
 <p>俯视图</p>	 <p>俯视图</p>

在是否具有明显区别的判断方法上，无效决定沿循了如下判断步骤：确定涉案专利与对比设计的相同点和不同点；确定一般消费者的知识水平和认知能力，明确汽车领域的一般消费者应当具有的常识性知识；确定设计空间的大小及现有设计的状况；是属于惯常设计还是属于独特设计特征；权衡相同点或不同点对于整体视觉效果的影响。

无效决定中指出：依据一般消费者的知识水平和认知能力，综合考虑本案中涉案专利与对比设计的相同点和不同点在汽车设计中的先后、难易、现有设计中出现的概率、是否容易被关注、所占据的体量比例或面积大小等因素，二者的相同点对整体视觉效果更有显著影响，而不同点属于局部细节设计，且多数区别特征是现有设计或现有设计中已经给出了设计手

法，从而不同点对整体视觉效果的影响较小。从整体上观察，二者的相同点决定了二者具有基本相同的车身立体形状和设计风格，主要包括为对比设计所示的悬浮式车顶设计、相同的车身比例、侧面腰线和裙线等线条凸显硬朗的线条风格、前脸车灯和格栅的一体化设计同贝壳形发动机罩相结合、后脸车灯线条同前脸车灯线条相呼应、倒凸字形的后背门与车灯的直线条分割等，由此导致二者在整体视觉效果上没有明显区别。

三、一审判决观点

针对该无效宣告请求审查决定，江铃公司向北京知识产权法院提起行政诉讼。北京知识产权法院经过审理，认定涉案专利与对比设计不同设计特征组合后形成的视觉差异对 SUV 类型汽车的整体外观产生了显著的影响，故涉案专利与对比设计具有明显区别，从而做出了撤销无效宣告请求审查决定的一审判决。

在一审判决中，虽然认同该无效决定关于本专利与被比设计是否具有明显区别的判断方法和判断原则，也认同无效决定关于二者相同点和不同点的认定结论，但在相同点和不同点对整体视觉效果的影响上，一审判决最终得出了截然相反的结论。一审判决指出：虽然本专利与对比设计车身比例基本相同，侧面主要线条的位置、立柱的倾斜角度、车窗的外轮廓及分割的比例基本相同，前后面车身的轮廓及主要部件的相互位置关系亦基本相同，但本专利与对比设计在前车灯、进气格栅、细长进气口、雾灯、贯通槽、辅助进气口、倒 U 形护板、后车灯、装饰板、车牌区域及棱边等部位存在不同的设计特征，其组合后形成的视觉差异对 SUV 类型汽车的整体外观产生了显著的影响，足以使一般消费者将本专利与对比设计的整体视觉效果相区分。

换言之，一审判决认为，相比于涉案外观设计专利与对比设计的相同点，涉案外观设计专利相对于对比设计的不同点对于本专利与对比设计的整体视觉效果更具有显著影响，故本专利与对比设计具有明显区别。

四、二审判决观点

在北京市高级人民法院做出的二审判决中，对如何界定一般消费者的知识水平和认知能力、如何确定设计空间对于外观设计专利与对比设计是否具有明显区别判断的影响、继而如何适用“整体观察、综合

判断”方法来确定是否具有明显区别给出了详细阐述，最终做出了涉案外观设计专利与对比设计不具有明显区别的结论。

首先，二审判决在关于一般消费者能力水平的认定上与一审判决不同，其认为，“尽管一般消费者的认知能力不是专业设计师或专家的水平，但至少对涉案专利产品外观设计常见、常用的设计知识有所了解，并且关注该类产品的发展”。就本案而言，二审判决更进一步明确了一般消费者能力水平，即：“一般消费者应当知晓该类汽车的产品结构组成、主要部件的功能和设计特点，以及车身三维立体形状、各组成部分的比例和位置关系以及车身表面装饰件的形状、布局等均对整体视觉效果产生不同程度的影响”。

其次，对于车身各个面对整体视觉效果的影响权重，二审判决的观点与被告决定不同，其认为：应当根据涉案专利产品所属汽车类型的特点，在划分设计特征以及将涉案专利与对比设计的相应特征进行对比的基础上，结合设计空间和现有设计状况，来权衡车身各个面对整体视觉效果的影响权重，而不能仅依据设计顺序、难易程度即当然地断定汽车各个面对整体视觉效果的影响权重顺序。

再次，二审判决重点阐述了如何判断具体设计特征对整体视觉效果的影响权重，其认为“应当以一般消费者对设计空间的认知为基础，结合相应设计特征在外观设计整体中所处的位置、是否容易为一般消费者观察到，并结合该设计特征在现有设计中出现的频率以及该设计特征是否受到功能、美感或技术方面的限制等因素，确定各个设计特征在整体视觉效果中的权重”。在具体的案件中，在考虑某一项设计特征对于外观设计整体视觉效果的影响权重时，应当从外观设计的整体出发，根据各方当事人的主张、举证情况以及说理的充分程度予以确定。

在关于涉案专利与对比设计是否具有明显区别的认定上，二审判决支持了无效决定的观点，其认为应当综合权衡二者的相同点和不同点对于整体视觉效果的影响，而一审判决没有针对各相同点对于整体视觉效果的影响程度进行具体分析。

对于相同点，二审判决认为：对比设计中的悬浮式车顶设计（即“下沉式设计”）构成独特设计特征；对比设计中采取的贝壳形发动机盖、前车灯和格栅紧密相邻的一体化设计以及二者之间的结合，在从前面进行观察时，容易引起一般消费者的注意；对比设计

的前翼子板上的侧面装饰条构成独特设计特征，而在发动机罩上设置英文字母标记并非常用设计特征，排气筒的口部形状并非属于功能性设计特征，在一定程度上亦追求排气筒的美学视觉效果。

对于不同点，二审判决认为这些不同的设计特征或为惯常设计，或为一般消费者不易观察到的部位，对整体视觉效果影响较小。而且，根据路虎公司提交的相应证据能够证明，进气格栅上设置金属条的设计、雾灯及设置雾灯的贯通槽的形状，贯通槽下方设有辅助进气口和倒 U 形护板等区别点均已经为现有设计所公开，故这些设计特征对整体视觉效果不具有显著影响。

二审判决就上述相同点、不同点对整体视觉效果影响权重的对比分析与权衡给出详细分析后，其指出：在涉案 SUV 的车身三维立体形状和主要装饰件布局存在较大设计空间的情况下，涉案专利与对比设计的相同点尤其是车身侧面和前面的相同及相似之处对整体视觉效果的影响权重最高，其他不容易为一般消费者注意到的较小区别对整体视觉效果的影响权重则明显较小；在车身前面和后面存在的主要不同点虽使两者在视觉效果上呈现出一定的差异，但由于导致视觉效果差异的区别设计特征，多数为现有设计所公开或由现有设计给出了相同设计手法，其对整体视觉效果的影响权重显著降低，从整体上观察 SUV 整车的全部设计特征形成的整体视觉效果，本专利与对比设计在车身前面和后面形成的视觉效果差异在整体视觉效果中所占的权重要明显低于两者之间相同点所产生的趋同性视觉效果的权重。最终，二审判决得出了涉案专利与对比设计二者之间的差异未达到“具有明显区别”的程度。

五、案例启示

由江铃专利无效行政纠纷案可以看出，实践中，在判断外观设计专利相对于现有设计或现有设计特征的组合是否具有明显区别时，我们应当以一般消费者为判断主体，以现有设计状况为客观参照系，全面分析比较产品外观设计与现有设计的相同点和不同点，综合考虑影响产品外观设计整体视觉效果的所有因素。特别是，通过上述案例，我们可以得到以下启示：

1. 司法实践中对于改进型外观设计的创新性要求，不但要求该外观设计是新的设计，还要求其创新高度必须达到一定的程度，使得其与对比设计的差异

达到具有明显区别的程度。

2. 无论是外观设计专利与对比设计的相同点,还是不同点,在其他现有设计中未曾出现的独特性设计特征通常对视觉效果具有更显著影响。如果外观设计专利相对于对比设计的不同点为惯常设计或已为现有设计公开,通常对视觉效果不具有显著影响。

3. 外观设计法律意义上的一般消费者具有一定

的认知能力,他对外观设计专利产品的现有外观设计及其常用设计手法有常识性的了解,并且关注该类产品的发展。因此,一般消费者通常不会注意到现有设计中已有的惯用设计特征。

4.通常,设计空间越大,一般消费者约不容易注意到不同设计之间的差异;设计空间越小,一般消费者越容易注意到不同设计之间的差异。

本文不等同于法律意见,如需专项法律意见请咨询我公司专业顾问和律师。我公司电子邮箱为:
LTBJ@lungtin.com,该电子邮箱也可在我公司网站 www.lungtin.com 找到。

如需更详细的信息或进一步的法律咨询,请与本文作者联系:

聂慧荃: 合伙人、总经理助理、质检部经理、资深专利代理师: LTBJ@lungtin.com



聂慧荃

(合伙人、总经理助理、质检部经理、
资深专利代理师)

聂慧荃女士擅长处理机械、电力、电子等领域的专利申请文件撰写、审查意见答复、专利复审、无效以及诉讼等业务,在专利布局与分析、中国和海外专利申请、专利维权等方面积累了丰富的实践经验。尤其是,聂慧荃女士已经主办过多起专利无效和诉讼案件,具有丰富的专利无效和诉讼经验,多次为包括多家五百强公司在内的众多客户赢得重要的专利案件。