

第二期知识产权信息服务优秀案例分享 有关问题及答复

（案例一）

一、关于跨学科教学团队组建

1.在打造跨学科知识产权教学团队的过程中，是否有遇到较大的困难或者痛点，能否分享一下。

答：知识产权确实是跨学科的课程。从教学情况来看，涉及到科学技术、法律、经济管理和情报。所以，在打造跨学科教学团队时，痛点就是如何组织起一个跨学科的教学团队，并且能够实实在在培养学生的知识产权实践能力。电子科技大学知识产权教学团队的小小经验是：跨部门组织教学团队，比如目前的骨干教师就分别来自经济与管理学院、公共管理学院（法律系）、图书馆（情报部门）、科学技术发展研究院等，骨干教师的专业背景是复合型的，包括工学、管理学、法学、情报学等；同时，组织沙盘模拟、模拟法庭、专题讲座等活动，拓展学生视野，增强学生综合实践能力。

2.像电子科技大学一样打造一支跨学科知识产权教学团队，对于团队老师有什么素质及能力的要求？以及如何才能达到这些要求？

答：目前的骨干教师就分别来自经济与管理学院、公共管理学院（法律系）、图书馆（情报部门）、科学技术发展研究院等，骨干教师的专业背景是复合型的，包括工学、管

理学、法学、情报学等。要求团队老师有学习精神，我们团队定期会组织教研活动和集体备课，通过一次次讨论交流使得整个团队老师更有凝聚力、教学水平也得到提升，同时也激发了教学形式的创新、保证了课程的整体教学质量。对上课的老师虽无明确的额外奖励，但上课的成果、获奖包括教材等在老师职称晋升中有作用和帮助，对老师也是一种激励。

二、关于教学组织、内容和方式

1.针对复合创新人才培养目标 课程设置方面有哪些特色内容

答：教学组织、内容和方式问题方面。电子科技大学的知识产权课程，在教学组织方面，做到了“四个统一”，即统一教学大纲、统一教案、统一教材、统一试题；在教学内容方面，面向创新过程组织教学内容，即按照知识产权创造、运营、保护、战略与组织来展开，换句话说，知识产权类型组合在上述过程中，并据此讨论不同过程的知识产权风险识别与管控策略。从而真正服务于高质量发展这一时代主题，践行“创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新”。

2.可否介绍下贵校对于本科通识课程和研究生精品课程的教学目标分别是什么？在课程体系设置上各自有哪些侧重点？

答：考虑到电子科技大学本科核心通识课程和研究生精品课程在人才培养整体目标差异（电子科技大学本科多数学

生会选择深造，研究生包括学术型研究生和专业型研究生，职业发展分流明显），本科课程主要聚焦知识产权基础知识和能力培养上，研究生则聚焦科技创新能力匹配的知识产权机会和风险识别。所以，本科核心通识课程名称为《知识产权管理》，研究生精品课程名称为《知识产权与信息检索》。

3.上述课程，除了课堂理论教学，学生们还参与哪些实践活动？

答：电子科技大学知识产权课程，均安排了中国知识产权远程教育平台的课程作为第二课堂，引导学生将知识产权课程学习与其他专业课程和科学研究深度融合。所以，期末考试采用综合小论文形式，要求学生结合自己感兴趣的科技创新或商业实践项目开展研究和分析。

4.课程都涵盖知识产权哪些方面？所有课程都是选修课程还是说有类似知识产权基础、检索等这些比较基础的课程会设置成必修课？

答：在教学内容方面，面向创新过程组织教学内容，即按照知识产权创造、运营、保护、战略与组织来展开。课程类型上，目前的几门课程均为选修课，有全校公共选修课，也有专业选修课。不同课程由于建设目标和定位，在课程要求，以及教学方法、内容、深度、侧重点都有不同。

5.该案例在理工科学生创新能力发展开展的知识产权课程体系建设和复合型人才培养模式方面进行了有益的探索和尝试，非常值得推广，请问对于“医科学生”培养方面，有哪些比较好的意见和建议？

答：结合具体专业的知识产权复合性人才培养问题，根据学生专业特点，在保证基础内容教学的同时，在知识产权案件、检索实例、实践活动等教学资源 and 教学内容设计上可以结合学生专业和需求有所侧重或区分，让学生有更好的体验和参与感，也可以针对医学类学生设计专门的教学模块。

三、人才培养周期和效果

1.如何定向培育知识产权服务行业人才问题；

答：定向培育知识产权服务行业人才问题。电子科技大学知识产权教育的对象，本身主要就是面向工科学生，包括本科生和研究生。所以，课堂上老师们会鼓励学生感兴趣的可以参加专利代理人资格考试，获取相应的知识产权服务入门资质。

2.现在培养出来的人才在真正的工作中和普通的知识产权从业者的工作成果和效率有明显区别吗？和普通从业者相比复合型知识产权人才的薪资待遇会很高吗？

答：电子科大学生主要是理工科学生，将来大部分还是要走上技术类专业发展道路，和专门从事知识产权行业的从业者还是不同的。可以肯定的是，专业技术背景再加上通过课程获得的知识产权管理应用能力对学生毕业以后的职业生涯和职业发展是大有裨益的。

3.培养知识产权复合型人才周期是多久？

答：培养周期与知识产权复合型人才要达到的水平有关，通常本科四年培养实现复合型知识产权人才入门，即了解知识产权体系，并掌握知识产权基础理论知识。

四、关于精品课程

1.知识产权精品课程认定维度需要从哪些方面考量？

答：知识产权精品课程问题：知识产权精品课程打造是按照国家标准，主要从教学队伍组织、教学内容建设、教学手段及教学方法的使用、精品教材打造和教学实验等五个维度展开。精品课程建设以知识产权复合人才培养目标为指向，在内容上将理工学科的技术性特点与知识产权学科内容结合起来，全面嵌入到整个课程教学各个环节，使理工学生摆脱技术思维的惯性，特别是对真实案例的情景再现，给学生留下思维空间，让学生自己寻找解决路径，使学生主动学习兴趣和能力得到极大提升。

五、其他

1.知识产权信息公共服务网点如何更好地发挥作用，在服务创新主体和社会公众等方面可以有哪些创新举措？

答：以知识产权人才培养为例，公共服务网点可以利用自身的资源和渠道，对教学成果进行推广和宣传，增加知识产权教育的受益面和覆盖人群。

2.课程是否是面向全社会的免费的，是录播课程还是直播课程？是否可以做为企业培训课程使用？

答：《知识产权管理》慕课在中国大学 MOOC 和学习强国平台均可以免费学习观看。

（案例二）

1.汉中市地理标志促进地方特色经济发展项目中存在的主要问题以及如何解决相关问题助力乡村振兴。

存在问题：一些企业对使用地理标志专用标志缺乏必要的认知，不能主动积极地申请用标，企业用标不规范，有的企业没有及时使用新标，也有的企业是因为旧标印刷的多不想浪费。二是对核准使用流程不清楚，在使用中不知道怎么办，申报使用地理标志的积极性不高。

解决途径：主要措施是举办地理标志专题培训，聘请专家讲课，传授地理标志商标管理和保护，地理标志产品保护申请、审查程序，地理标志运用促进及专用标志推广用标志等相关知识。

2.在“汉中市地理标志促进地方特色经济发展项目”实施过程中，陕西省知识产权信息中心是如何协同政府其他部门的？组织机制保障为何？

答：信息中心依托权威的数据资源与汉中市市场监督管理局以及地市相关部门的工作协调、政策协同、业务联动。为汉中市定制特色服务项目，提供知识产权统计分析报告及数据监测服务，提出区域生态品牌培育和建设的落地措施。

双方以龙头企业、农村合作社和家庭农场为主体，集中力量培育了一批市场占有率高、经济效益好、辐射带动强、有较高知名度的地理标志品牌。通过信息互通、技术共享、品牌共创、增信融资等方式，与农户形成了稳定的利益共同

体。扶持相关企业建立运营、管理、溯源、维权为一体的标准化管理体系。

通过组织文化节、茶文化活动等系列推介活动，积极向外推介地理标志品牌文化和产业项目，激发企业运用地理标志参与市场竞争的积极性、主动性，形成良好社会认知。

3.如何吸引优势企业持续参与该发展项目？

答：通过政策引导，明确地理标志发展的目标任务、措施办法，明晰产品定位，统一传播口号和品牌形象，建立了政府主导、企业主体、社会组织补充的品牌运行管理和服务体系，在全产业链打造地理标志区域公共品牌，营造加大地理标志培育运用和保护力度，为品牌创意中的知识产权保驾护航，确保地理标志品牌发展行稳致远。

举办地理标志培训班，提高全民（知识产权）地理标志意识和素质，组织企业参加各类特色商品展览会、杨凌农高会等展会，推动地理标志产品“走出去”。

把地理标志作为发展县域经济的有力抓手，多措并举开展本县区地理标志保护专项行动。促进地理标志保护运用工作全面开花，为乡村产业振兴打下坚实的基础。

4.在服务乡村振兴发展方面，可用的数字资源有哪些？数字资源是怎么发挥作用的？

答：所谓“数字资源”，就是指企业、行业或地方经济发展中的产生的，经过定性定量分析，能够有效描述企业、行业或地方经济发展规律和存在问题的数据资源。

知识产权信息服务乡村振兴，可用的数字资源非常丰

富，除了地理标志数据库，专利、商标等知识产权数据资源也是推动乡村振兴的重要助力。

在知识产权服务过程中，充分利用知识产权数据资源进行分析，产生专利导航、统计分析报告，研究发展报告，包括编纂形成的《地理标志发展白皮书》、《地理标志宝典》等，对知识产权助力地方经济高质量发展有着重要意义。

5.请介绍地理标志数据库如何建立？

答：本案例地理标志数据库，是按照地理标志产品、地理标志专用标志核准企业、集体、证明商标持有人、使用人可视化数据库等进行分类，将汉中市及相关区县、企业按季度进行统计更新。

同时，针对地标企业融合专利、商标等其他知识产权数据建立数据库，按季度更新；

按季度编制市知识产权电子版统计分析简报。

经统计，目前汉中市共拥有洋县黑米、汉中仙毫、略阳乌鸡等地理标志保护产品 13 个，宁强雀舌、午子仙毫、城固柑桔、城固蜜桔等地理标志商标 24 件，汉中白猪、褒河蜜橘、留坝黑木耳、留坝香菇等农产品地理标志 24 个，地理标志专用标志核准使用企业名单 68 家。

6.中心服务地理标志时对接政府部门、地理标志商标权利人和企业时都有哪些不同的侧重点和经验技巧？

答：宏观层面上，协助政府有关部门分析解决地理标志品牌带动效益提升不快，产品规模较小，品种单一，深加工不足，没有形成合力，附加值低，资源优势难以转化为产业

优势等问题，提出应对措施。

微观层面，针对不同企业，开展调研活动，发现和解决企业在地理标志方面存在的问题，对症下药。如有的企业，对地理标志工作重要性认识不足，有的企业在标志运用上不熟悉工作流程。还有的电子商务户对申报使用专用标志的积极性不高。一些企业对使用地理标志专用标志缺乏必要的认知，不能主动积极地申请用标，使我们来之不易的地理标志产品申报成果难以转化为现实经济效益。

7.《汉中市地理标志发展白皮书》、《汉中市地理标志宝典》能否学习一下？

答：《汉中市地理标志产业发展白皮书》内容包括：汉中市地理标志产品保护概况、汉中市地理标志产业发展工作推进情况、汉中市地理标志产业发展工作推进思路与举措、汉中市地理标志发展工作的成效和汉中市地理标志发展建议与对策等。

《汉中市地理标志宝典》收录并简介汉中各区县的地理标志产品和特色小吃、特色工艺品，带领读者领略汉中独特的人文地貌下孕育的特色物产。宝典收录了汉中市 11 个区县 92 种地理标志保护产品、地理标志商标及农产品地理标志的产品概况、人文历史、地理环境、品牌发展和特定品质等情况。

8.陕西省知识产权信息中心服务的汉中市地理标志如何推动绿色产业链发展？

答：一是协同有关部门，开展地理标志促进地方特色经

济高质量发展调研活动。针对地方在地理标志的使用管理情况、地理标志产业的发展情况及存在问题、地理标志产业对于推动特色经济发展促进乡村振兴等情况以及地理标志使用人的情况及存在问题；地理标志发展状况展开调研。

二是举办地理标志专题培训。开展地理标志商标管理和保护，地理标志产品保护申请、审查程序，地理标志运用促进及专用标志推广等方面培训。

三是帮助地方部门建立完善地理标志管理体系。协助地方政府有关部门，建立和完善本地区地理标志专用标志拥有人和使用人登记簿；协助建立“特优”地理标志专用标志管理机制，提供地理标志产品包装设计、印制、使用的备案管理，严格执行品牌、质量、标准、包装、宣传“五统一”机制实行动态管理的方案。

四是建立地理标志及专利商标等知识产权数据库。以地理标志产品、地理标志专用标志核准企业、集体、证明商标持有人、使用人数据为基础，建立地理标志数据库。

9. “地理标志运用促进项目”的申请，由哪家牵头比较好？

答：各地情况不一样。我们认为，可以由政府有关部门牵头，也可以由行业协会、农业专业合作社等牵头组织。在汉中市地理标志运用促进项目申请和组织实施过程，由汉中市市场监督管理局牵头，有关服务机构、企业、行业协会等共同参与。

10.如何构建地理标志保护产品专用标志管理体系？

答：一是建立和完善本地区地理标志专用标志拥有人和使用人登记簿。

二是坚持统一标准。做到“五个统一”。即统一品牌标志、统一品牌口号、统一产品包装、统一外观形象、统一质量标准。授权经营企业做到“六把关”，即严把申请关、生产关、印制关、包装关、老包装处理关、宣传关。并规定授权经营企业在产品外包装上标注地标商标标识、地理标志专用标志及企业信用代码、企业商标标识，做到标注“三位一体”，使汉中茶叶产品有序规范。

三是确定管理模式。以“协会+龙头企业+农户”的结构为主要管理模式。如“汉中仙毫”，汉中仙毫品牌由汉中市茶业协会注册并负责管理，在以协会为管理主体的基础上，汉中市政府成立了专职机构市茶产业办公室，负责品牌日常管理。同时，制订《汉中市茶业协会行业管理规范》《汉中仙毫包装物印制管理办法》等品牌管理制度，采用“汉中仙毫”和企业商标相结合，即母子商标的形式运作。

四是制定共享机制。地理标志品牌属于公共品牌，在具体实施中，要建立一套完善的“投入共担，利益共享”的品牌运作机制。品牌既向全市广大茶叶企业开放，使他们公平地享受公共品牌带来的好处，又规定了严格的进入门槛，把那些不符合条件的企业拒之门外，在打造公共品牌的过程中，不断扶优汰劣，打造了产业重点龙头企业。

11.地理标志优势企业参加推介会和展销会，有哪些收获吗？

答：组织地理标志优势企业参加“一带一路”陕西特色商品展览会、杨凌农高会等展会，推动汉中地理标志产品“走出去”。先后策划编辑了《汉中商标企业巡礼》《汉中市实施商标战略工作掠影》《地理标志专用标志申报指南》等宣传本，选点制作了《小商标作出富农大文章》《开辟富农强市新天地》《汉中市地理标志证明商标工作回眸》《什么是知识产权》《如何保护知识产权》等视频，利用微信微博抖音等新媒体广泛宣传；举办了“商标富农大家谈”等活动；“汉中仙毫”宣传片登陆央视主流频道广获美誉。

企业也很重视产品宣传，树立企业和产品形象。“汉中仙毫”在高铁、机场、交通要道和重点商圈制作“汉中仙毫”大型宣传广告牌、宣传横幅宣传展示汉中仙毫地理标志产品。在《中国茶叶》《东方商旅》等杂志印制彩页持续宣传。在陕西省电视台、陕西日报、汉中日报等主流媒体进行全方位、多角度宣传报道。连续4年举行的“丝绸之路品牌万里行”活动中，历经50多个国家和地区，行程6万余公里，累计举办境外推介会30多场次，向“一带一路”沿线各国展示了汉中仙毫等汉茶的优良品质、悠久的历史文化和汉中良好城市形象，扩大汉中仙毫品牌知名度。

通过多维度的社会宣传活动，提升全社会高度关注、精心培育、规范运用、自觉保护地理标志的意识。

(案例三)

一、关于获权

1.在帮助企业进行知识产权申请、维权时遇到了哪些困难，是如何化解、解决困难的？

答：（1）企业不知道哪些可以申请专利，无法对自己技术的新创性进行初步的评价，我们采取的是培训和交流的方式。

（2）企业通常是在产品临近上市前才委托代理机构申请专利（甚至是上市后），我们会向企业了解在研项目，争取早点介入项目中。

（3）企业认为1件专利就可以包括1件产品的所有创新，我们会对侵权的全面覆盖原则进行解释。

2.如何提高专利代理师与研发人员的沟通效率？

答：（1）专利代理师做好相关学科知识储备，并查看该领域龙头企业专利申请的情况。

（2）研发人员可现将现有的项目材料发给专代理师进行了解，说明创新点主要在材料的哪个部分。

（3）专利代理师拟定提问清单，向研发人员进行请教。

（4）申请文件撰写完毕之后，告知研发人员重点审核哪些内容。

3.如何进行高效的企业专利布局？

答：（1）了解企业专利申请的目的，专利申请与企业的经营目标方针保持一致。

(2) 全面了解企业的技术情况，将专利申请与企业的产品、在研项目、技术服务对应起来。

(3) 对于企业的技术迭代及时跟进，必要时进行竞争对手专利预警。

二、关于攻防

1. 知识产权服务机构如何服务企业进行知识产权维权？

答：我依托单位下辖有知识产权律所，相较一般律所针对性的提供知识产权相关的法律服务，可针对性解决维权事务。

2. 知识产权维权过程中的难点在于哪里？

答：目前维权程序中较难的点在于取证，可通过争取政府、法院的配合进行某些证据的锁定，采用合适的策略分化多家被告，使其相互对立也可降低取证难度。

三、关于贯标

1. 在指导中小企业贯标的过程中，最常遇见的问题有哪些，或者说有哪些问题是中小企业都存在的，怎么解决的？

答：遇到的主要问题有以下三点：

(1) 知识产权管理人员的基础条件比较弱，很多企业把知识产权工作放在行政、财务、人力资源等后勤部门，他们本身对知识产权了解得比较少，以至于推行起来比较形式化；针对这种情况，我们先是建议由研发部门作为知识产权管理部门，实在不行的情况下，会建议企业成立一个工作小组，研发部门必须参加且要给与技术支持，如果以上情况都行不通，我们建议企业将部分工作委托外部专业服务机构处

理。

(2) 企业各组织的部门职责不明确，容易出现各自推诿的情况，导致贯标工作无法顺利推进，解决方式是先将知识产权贯标的大概工作内容及工作量传达，并在传达过程中有倾向性的引导由某个部门负责，基本上就能很快确定工作事项对应的负责人。我们分析大家推诿的原因是对新工作内容不清楚所以有天然的抵触心里，当明确了工作量和工作内容后，各部门就能很快认领与其本职工作相关的贯标工作内容。

(3) 大部分企业对贯标的理解都是做一套材料，在我们的辅导过程中，会深入企业沟通调研找出知识产权问题、开展培训工作进行意识宣导、制定工作计划辅助落到实处，经过我司的辅导，大部分企业能自行管理该体系，保障体系顺利运行和持续的监督审核。

2.这项服务过程中，指导企业贯彻知识产权管理标准，请问中新（重庆）知识产权研究院是如何取得企业决策层的支持，又是怎样具体指导的？

答：知识产权贯标有三大原则：战略导向、领导重视、全员参与，这三者缺一不可，这个问题可归纳为如何让领导重视，有三个关键点：

(1) 了解需求，我们在启动该项辅导工作之前，会与企业的领导和企业的知识产权负责人进行一次沟通，了解企业贯标的目的，当前需要解决的问题等，针对了解到的需求，我们会制定解决方案；

(2) 注重形式，我们辅导的每个企业，都会召开启动会，该启动会有要求企业的最高管理者必须参加，并设置了最高管理者发言环节，让最高管理者有实质的参与过程与内容，领导的站台会激发企业人员的参与度，这个步骤非常关键；

(3) 定期汇报，有了前面的基础，最高管理者基本上会过问整个贯标的进展，我们会定期书面向最高管理者汇报贯标进度、企业参与情况、遇到的问题、是否需要领导的资源支持等。

3.企业如何通过贯彻知识产权管理规范实现高质量可持续发展？

答：《企业知识产权管理规范》包含了企业知识产权管理的方方面面，包括采购、生产、销售、研发等环节的知识产权基础管理、保密管理、资源（财务、人事、办公设备）管理、信息管理，通过贯标建立贯穿生产经营各环节的知识产权管理体系，可以有效的降低知识产权风险和提高知识产权的质量，如优化人员的入职离职管理，降低人员带来的知识产权纠纷风险；加强研发前、研发中的信息检索与分析，提高知识产权的质量；完善商业秘密管理体系，控制泄密带来的致命风险等。

4.如何指导企业知识产权贯标，有针对性的提供贯标服务？

答：每个企业的知识产权管理情况都不一样，能让贯标体系顺利导入、顺利运行的前提是做好前期的调研诊断，通

过调研企业的业务流程、组织机构及岗位职责、竞争对手等情况，能基本获知企业的知识产权风险点，后续的贯标辅导将重点解决诊断出来的问题。

四、关于标准

1.标准必要专利和高价值专利的培育有无内在联系，是否具有一定的相似性？专利和标准融合发展、专利开放许可等转化模式是否也适合高校科研团队？如何促进机构贯彻知识产权管理标准？

答：（1）按照高价值专利的内涵定义看，标准必要专利是属于某领域的基本和核心专利，具有有战略价值，属于高价值专利的范畴。但目前根据国知局的统计定义，标准必要专利未纳入高价值专利的统计。

（2）专利和标准融合方法等模式非常使用高校科研团队，现目前高校科研团队最大的问题在于科技成果无法转化，将专利植入标准、专利进行许可等方式是成果转化、放大科技成果经济效益的有效方式。

（3）促进机构贯彻知识产权管理标准，一方面还是要加大行政、奖励方面的引导，另一方面对于机构来说，贯彻标准对其有实质性的益处，需要引导方多加宣传和辅助。

2.企业制定的行业标准与专利之间的关联度如何？

答：企业参与或牵头制定行业标准，则有机会将专利技术植入至行业标准中，有利于提升行业的技术门槛，起到引导行业技术向上的作用。

五、关于专利信息利用

1.如何利用专利信息深刻服务企业技术创新，具体应该做哪些工作？

答：目前我们主要是利用专利信息进行风险识别和研发辅助两个方面的工作。风险识别即判断企业当前技术是否存在侵权风险；研发辅助则是为企业提供相关重点专利技术文献，作为研发工作参考情报。可根据当前国家标准 GB/T 3955（1）1-2020 专利导航指南来开展具体工作。

2.请问在企业开展信息推送服务和专利导航服务的过程中有哪些需要注意的点和好的建议？

答：整个分析工作尤为重要的是，在工作开展前期一定要和客户充分沟通好需求，设定好问题，整个分析过程围绕问题展开，最终进行问题的解答，增强客户获得感。问题的形式也需仔细斟酌，是判断题？选择题？还是问答题？都需要在前期设定完成。

3.在给企业做专利分析时，如何可以进行深层的分析，从哪几个方面入手？

答：分析工作并不一定要追求深，能够解决客户的问题就是合理的方式。数据的多面性、数据量、分析人员的经验、分析工具的效率都会影响到分析工作的深度，例如加入金融数据后，能更清晰的看到行业内各技术分支的市场发育状态。

4.行业布局规划时，除了从专利角度以及企业给出的竞争对手以外，还可以从哪些方面进行更加详细的行业分析以行业未来发展趋势？

答：金融数据的运用、工商数据的运用、行业报告的对照分析等，都是可以进行行业分析的切入口，多方印证给出综合意见。

5.专利信息分析服务，是如何进行的，有没有供大众免费使用的方便快捷的方式，是否可以分享？

答：大众尝试的方式可以是网上数据库提供的一键分析功能，大部分免费数据库都有提供此功能。

6.在具体知识产权信息服务中如何进行工作人员的绩效考核？

答：目前我们有从报告质量和客户反馈两个方面进行绩效评价。报告质量由内部审核人员给出，客户反馈则来源于客户最终感受。

7.如何利用专利信息在短时间内帮助企业进行专利挖掘和布局？

答：如果需短时间内有效果，可以通过领域检索或竞争对手检索列出相关专利清单，通过此清单列出要点和企业人员沟通交流，启发企业人员以开拓思路。

8.如何提升企业研发人员的专利检索能力，让专利信息在产品研发阶段发挥更大作用？

答：研发人员通常工作较繁忙，可利用检索工具的进化来解决此类问题，例如定制专题数据库，采购智能化程度高的专利数据库等方式。

9.专利分析报告都包含哪些要素？

答：要素可包括以下内容：前言告知、术语解释、工作

背景、工作目标、前置分析结论、检索过程、工作路径、分析内容、图表集等。

10.专利信息获取手段是什么？

答：目前我方主要手段是利用商业数据库的著录项目功能导出专利数据，然后使用本地BI工具进行数据分析。

11.专利分析服务是根据企业具体的需求来分析，还是先专利分析，发现问题在和企业谈创新方向？

答：目前我方很难在分析过程中找到客户感兴趣的问题，基本是事前确定要分析的问题，再围绕问题展开分析工作，直至找到答案。

12.如何针对专利较少的中小企业开展专利分析服务？

答：分析服务与客户持有专利数量关系不大，中小企业生存压力偏大，可侧重在风险控制分析方面加强宣贯。

13.专利信息分析服务具体都有哪些,为企业提供了哪些便利？

答：目前我方提供的分析产品中，最受企业欢迎的为以下三类：

（1）市场全景分析——分析专利信息中的市场要素。如各竞争/合作主体的分布、创新实力、专利强度、合作关系、市场进退趋势、运营状态、诉讼情报等。为企业市场运作提供参考情报。

（2）技术全景分析——较市场全景分析更加深入的对专利文献中的技术内容进行研读分析。分析重要专利技术，判断技术发展的路线趋势、热点和盲区，为研发提供借鉴引

导。

(3) 侵权分析——针对具体的产品技术方案，检索指定范围内涉嫌侵权专利权的相关专利，对专利保护范围与产品技术方案之间的侵权关系进行判断，认定在指定范围内是否存在侵权风险，并给出合理对策。可理解为对自身防御力进行评估。

14.请问专利信息分析服务是否包括专利导航？有无形成研发活动类专利导航工作模式？

答：目前我方理解的专利导航，是包含多种分析产品的服务包，目前专利导航是政府努力推动的分析服务形式。我方也已形成多种根据不同需求牵引出的研发活动类分析服务，例如项目知识产权评议，就是以在研项目为对象，在立项、结题等阶段展开分析工作，一是为项目提供技术发展趋势、竞争对手动向等参考信息；二是对项目可能涉及的知识产权风险进行识别，帮助企业管理部门分担风险；三是进行知识产权布局策划，协助项目产出更多创新成果。

六、其他

1.这项服务过程中，是否借助于外部机构或者咨询专家的力量？

答：目前我方所在西部地区的相关服务模式大多尚处于探索阶段，主要工作内容大多为利用自有资源完成。

2.请详细介绍下，本案例中的多元一体服务模式？

答：目前我方设有 IP 咨询师岗位，针对 20% 的价值客户（普通客户需求偏弱），由具有丰富行业服务经验的人员担

任（均为工作经验5年以上），其负责对接客户获取需求，调动我方内部产品资源（分析、涉外、标准、运营）等进行服务，成为客户和我方各部门间的中枢。

3.地方对创新企业知识产权服务方面有没有政策的引导，如何发挥知识产权作用推动和促进企业发展？

答：目前当地有专利导航、风险预警、高价值专利等政策引导，一定程度上推动了企业积极性。

4.优秀 TISC 单位如何解决相关工作经费问题，以及盘活知识产权资产、促进价值实现的方式途径。

答：我方依托主体为市场化服务机构，尚在努力实现公益服务和收费服务的平衡，争取两者之间的相互促进。

5.基础服务与创新服务的需求征集、调研方法与渠道？

答：我方依托主体为市场化服务机构，设有市场营销团队，相关需求大多来自市场团队与客户沟通的结果。

6.案例的成功哪些是成熟的可复制的，哪些是不可复制的？

答：目前来看专利的获权、攻防、标准化是已经形成了基本套路，可以应用在情况类似的企业上。如何通过许可获利这一点则较难复制，主要在于较难锁定合适的许可对象。

7.案例中，多元一体服务模式的服务周期是多长？签订服务协议了吗？收益是多少？

答：通常我们会和客户签订至少一年期的咨询服务合同，价格在数万至数十万不等，提供一揽子的咨询服务。