

敢拼才会赢 ——圣奥公司给我们的启示

今年年初,美国富莱克斯公司在俄亥俄州北部地方法院对山东圣奥化工股份有限公司(以下简称圣奥公司)及其他相关企业提起诉讼,指控上述企业侵犯了其拥有的 538 等 3 项专利,并向美国国际贸易委员会(IIC)申请“337 调查”,要求对由此专利中间体制成的防老剂 6PPD 及下游橡胶产品进入美国市场发出永久禁止令。此案由于涉及面广,关系重大而轰动一时。

最近传出消息,原告美国富莱克斯公司在开庭前夕突然取消部分专利侵权指控,并于 10 月底放弃了对包括轮胎在内的圣奥公司下游产品的救济要求。这意味着圣奥公司已经取得初步胜利,包括轮胎在内的中国橡胶制品不会因使用圣奥公司防老剂而无法进入美国市场。

所谓“337 调查”,是指 IIC 根据美国《1930 年关税法》第 337 节,应美国国内产业的申请,针对进口贸易中的不公平竞争行为展开的调查。如果查实侵权,IIC 将签发排除令,指示海关禁止进口该产品,使得被告企业产品及使用了被告企业产品的下游产品无法进入美国市场。继遭遇反倾销、特保等贸易壁垒后,“337 调查”已成为“中国制造”进入美国市场时面临的最大障碍。如何跨越障碍,维护正当利益同样在考验着中国企业的胆色和谋略。

面对突如其来的诉讼,圣奥公司通过媒体明确表示应诉,要打一场保卫自己的官司。由于及时掌握了 538 专利不具有可实施性的有力证据,局势转入主动。在这种情况下,美国富莱克斯公司担心继续维持专利侵权指控将对其不利,只好先是请求撤销指控,继而确认不再寻求针对下游橡胶产品(包括轮胎、橡胶带、内胎、橡胶管等产品)的禁止令和排除令救济。

与此同时,圣奥公司分别在中国和韩国针对富莱克斯公司的专利提出无效申诉。该案件受理后,中国国家知识产权局专利检索咨询中心通过详细检索已出具检索结果报告。检索报告的意见是:富莱克斯公司相关专利不符合中国专利法第 22 条第 3 款规定的创造性。这是继美国俄亥俄

州北部地方法院宣布永久中止美国富莱克斯公司对圣奥公司的侵权起诉后,取得的又一阶段性成果。

笔者认为,总结圣奥公司与美国富莱克斯公司的这场专利侵权官司有三点经验:首先是态度鲜明,方法得当,积极应对;其次是国家有关部门和中国橡胶工业协会大力支持,国内各轮胎企业积极配合;第三点是拥有自主知识产权。这场官司可以说是近年来影响最大的洋官司,而且极有可能成为今后中国橡胶行业应对“337 调查”时的借鉴案例。通过圣奥公司应对美国富莱克斯公司的案例也进一步说明了“敢拼才会赢”的道理。

邓海燕

世界媒体报道 美国库珀控股山东成山

山东成山轮胎有限公司与美国库珀轮胎橡胶公司合资已引起普遍关注,著名橡胶媒体《橡胶与塑料新闻周刊》以“美国库珀控股山东成山”为题做了详细报导。下面摘录该报道的部分内容:

库珀轮胎橡胶公司已经取得山东成山轮胎有限公司的控股权,并将通过这种途径把“库珀”品牌轮胎推向中国市场。

库珀以 7000 万美元买下山东成山 51% 的轮胎业务股份,并计划分别组建两家合资公司——库珀成山(山东)乘用车轮胎有限公司和库珀成山(山东)载重轮胎有限公司。上述合资企业均设在山东省荣成市的同一家轮胎厂内。根据与山东成山达成的协议,库珀还将持有上述荣成市轮胎厂附近的一间钢丝帘线厂 25% 的所有权。

库珀说,上述交易仍需经中国政府同意和批准,并期望在年底前能够办妥所有手续。

据库珀介绍,山东成山被公认为是中国的第三大轮胎企业,今年的预计销售收入为 5 亿美元。该企业主要生产“成山(Chengshan)”、“澳通(Ausone)”品牌的轿车子午线轮胎、轻卡子午线轮胎以及斜交商用轮胎,并拥有庞大的国内销售体系。

库珀发言人称,公司计划从明年起在荣成市的轮胎厂内生产“库珀”牌轮胎,主要供应中国市场。也打算出口其中的某些品种和规格,不过工