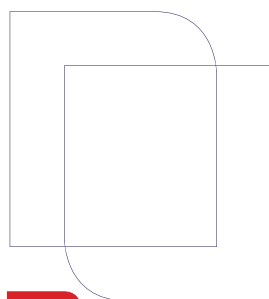


世界知识产权组织 ● 发布

中小企业使用 知识产权 案例研究



*Case Studies
on the
Use of IP by SMEs*

世界知识产权组织 ● 发布

中小企业使用知识产权案例研究

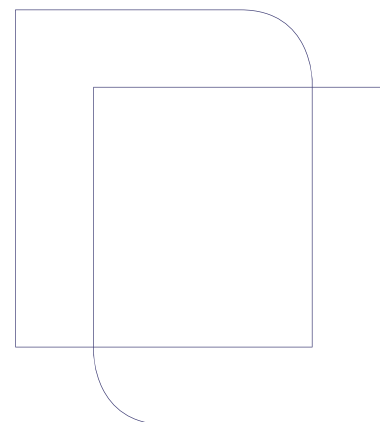
国家知识产权局国际合作司 ● 编

知识产权出版社

世界知识产权组织 ● 发布

中小企业使用 知识产权 案例研究

国家知识产权局国际合作司 ● 编



*Case Studies
on the
Use of IP by SMEs*

知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

版权声明

本资料所载所有文字（中文简体版）及图片均来源于世界知识产权组织（WIPO）官方网站。

本资料所有文字已取得 WIPO 复制、发行、改编、翻译和公开表演授权许可；所涉图片经由 WIPO 取得了第三方机构的使用授权。

策划编辑：卢海鹰 王玉茂
执行编辑：章鹿野
装帧设计：智兴设计室·张国仓

责任编辑：王玉茂
责任校对：谷 洋
责任印制：孙婷婷

中小企业使用知识产权案例研究

国家知识产权局国际合作司 编

出版发行：知识产权出版社有限责任公司
社 址：北京市海淀区气象路50号院
责编电话：010-82000860转8541
印 刷：北京建宏印刷有限公司
开 本：880mm×1230mm 1/32
版 次：2022 年4月第1 版

网 址：<http://www.ipph.cn>
邮 编：100081
责编邮箱：wangyumao@cnipr.com
字 数：75千字
印 张：3.25
印 次：2022年4月第1次印刷

出版版权专有 侵权必究
如有印装质量问题，本社负责调换。

目录

1 Rocksteady 咖啡和种植世界最好咖啡之一的心路历程	1
2 LAM 皮包：拥抱传统	5
3 锦上添花：装运食品的智能解决方案	9
4 技术与创新支持中心帮助爱博找到立足点	13
5 Windpact：专利冲击保护技术	18
6 失而复得	22
7 滤煮创意	25
8 IMBERLITA：通过打造品牌创造手工艺品的价值	28
9 对风能的再思考	31
10 重新思考草药补充剂：独树一帜的 Medika Natura	36
11 Designer Shaik 将阿拉伯传统文化带入国际市场	40
12 亿航：天空为限	44
13 Uncanny Valley：音乐制作的先锋	50
14 LOF 工作室：点燃商业的火种	56
15 萨尔瓦多设计师在当地社区发挥影响力	60
16 XYZ Reality 为建筑工地带来精准度与技术	64
17 Julius K-9®：利用创新和设计满足爱犬人士的需求	67
18 Graphenel 公司：引领越南石墨烯生产	73
19 Energysquare 让无线充电成为现实	81
20 CDK：推动可持续的不丹时尚	87
21 地理标志保护重振潘泰莱里亚刺山柑生产	92

Rocksteady 咖啡和种植世界 最好咖啡之一的心路历程

咖啡是世界上最受欢迎的饮品之一，日消费量超过 22.5 亿杯。Rocksteady Mountain Resort 有限公司（以下简称“Rocksteady 咖啡”）位于牙买加蓝山咖啡产区。这个地区种植的咖啡受到地理标志保护。地理标志是一种独特的知识产权，它向客户告知产品的原产地是某个特定地理区域，并且因此具有与该区域相关的声誉与特定的品质和特点。

著名的 Rocksteady 咖啡的创始人里卡多·福布斯（Ricardo Forbes）谈论蓝山咖啡的地理标志对于公司的重要意义，以及知识产权在其发展美食业务过程中的重要地位。

你什么时候意识到知识产权可以支持你发展业务？

蓝山 - 约翰·克罗山脉位于一个小岛上，占地 4.2 万

公顷，但完美的微气候和土壤条件为蓝山及其咖啡赋予了得天独厚的优势，使之享誉全球。牙买加蓝山咖啡自然成为受到严格保护的名称。由于这个地理标志享有的全球声誉，许多农场都依赖牙买加蓝山咖啡的名头，而不再专注于建立自己独有的知识产权。

当我开始创业时，我知道需要有一个品牌名称来给我的美食产品命名，这样可以立刻在客户脑海中产生有意义的联想。于是我选择了“Rocksteady（一种雷鬼摇滚乐）咖啡”这个名字，它能让人立刻联想到牙买加人。对于牙买加人，它能把他们带回雷鬼摇滚乐时期，那时从牙买加兴起的斯卡和雷鬼两种流行音乐风靡一时。这个名字能唤起一种特殊的自豪感和幸福感，在我们当地获得了很高的品牌认可度。

我认识到迫切需要注册商标来保护我们的品牌——Rocksteady 咖啡。我们目前已经在牙买加、加拿大、美国、英国和欧洲注册了商标。

蓝山咖啡的地理标志最初给你的产品带来了什么附加值？

牙买加蓝山咖啡是完美微气候的赠予，它独一无二，在世界上其他任何地方都不可复制。土壤、气候和农民的专业知识，造就了牙买加蓝山咖啡。有了这个地理标志，顾客可以期待我们咖啡的品质和确切无误的独特风味。当顾客购买蓝山咖啡时，他们知道自己在买什么。

蓝山咖啡进一步打开了奢侈品消费者的市场。Rocksteady 咖啡作为产品，和它所打造的形象一样重要，所以确保最终产品的风味保持一致极其重要。但是，即使是在蓝山咖啡这个地理标志里，我也希望能让 Rocksteady 咖啡脱颖而出。

我们的策略是只出售在我们农场生产的烘焙咖啡，这样无论在哪儿购买我们的产品，味道都一样。无论是在牙买加首都金斯敦，还是在日本或欧洲其他国家买到的 Rocksteady 咖啡，都可以期待它们的味道一模一样，因为它们都来自同一个产地。确保我们的产品在口味和烘焙方式上保持一致，这有助于培养顾客的忠诚度。

在我们瞄准的国际奢侈品市场上，顾客对咖啡的了解更深入。他们有兴趣知道他们的咖啡产自哪里，是不是有机的，如何烘焙等。牙买加蓝山咖啡的品牌具有地理标志认证，具备相关的声誉，这使我们的品牌得以发展。

你认为知识产权局可以做些什么来更好地支持像你这样的企业？

除了牙买加知识产权局提供的一系列优质服务之外，如果能在牙买加获得更多的在线知识产权服务，就更好了。这肯定会让企业家的的工作轻松很多。

知识产权制度越易于企业家使用越好。如果易于使用，会有更多的企业家注册自己的知识产权，并从知识产权保护中受益。牙买加已经有许多大公司得以更好地利用知识产权制度。

目前你收获了什么主要心得？

我的主要心得是，要创建一个有意义的品牌，就要在业务扩张的每个阶段屏蔽外界的“噪声”。合作和反馈对于我们的业务十分重要，但我们必须记得专注于自己的目标。作为企业家，我们必须有能力评估什么是真正有效的，并扩展业务中这些有效的要素。如果对每一个反面意见都加以采纳并采取行动，可能会导致对业务进行太多改动，导致最终自己都不再认识自己的产品。

我还学会了不要过度思虑，要有耐心，尤其是在为 Rocksteady 咖啡这样的产品运作高端美食市场时，要专注于销售和发展客户群。客户关系极其宝贵。我仍然遵循老派的方法，亲自走进各家门店，与经理坐下来面谈，当经理问到：“什么时候能下单？”我就又收获了一个客户。

能够建立良好的关系，了解自家产品的细节，有耐心，这些都是重要因素。有了这些，好结果会如期而至。

谈到知识产权保护，你对其他中小企业有什么建议？

注册知识产权可以给业务活动增加一倍信心，这很重要。比如，有了注册商标，你就获得了有价值潜力的商业资产，它可以给公司带来实实在在的利益。而且在谈论自己的品牌时，你也更有底气。

注册商标是国际营销策略的重要一步。你在国外市场注册了自己的商标之后，就可以胸有成竹地说：“这是我们的品牌，这是我们的产品，这是 Rocksteady 咖啡。”

你对未来有什么计划？

牙买加蓝山咖啡是世界上最好的咖啡之一，我们的主要目标是成为牙买加蓝山咖啡全球公认的最佳咖啡生产商之一。这个愿景目前正在收获回报，因为即便对于来自这同一个地理标志区域的不同产品，有许多客户显然更喜欢我们生产的咖啡。这表明我们已经建立客户忠诚度，培养客户对我们品牌的信任。我们对未来还有一个令人兴奋的计划，那就是在我们的农场建立一座高级私人休养会所，并在加拿大建立一座概念咖啡馆，这样有助于拉近我们与客户的距离。有的客户不仅爱喝我们的咖啡，而且有兴趣体验我们的农场，我们希望能将自己的农场直接展现给他们。

2

LAM 皮包：拥抱传统

LAM 皮包是一个面向奢侈品市场的巴林时尚品牌。该公司由设计师路鲁瓦·阿卜杜勒拉赫曼·阿勒曼纳伊（Lulwa AbdulRahman ALMannai）于 2018 年成立，专门生产采用植物鞣制皮革手工制作的高品质箱包、手袋、钱



LAM 皮包专门生产采用植物鞣制皮革手工制作的奢侈品（图：© LAM 皮包提供）



LAM 的手工产品有棕色和黑色的经典皮革色调，也有蓝色和粉色等更现代的颜色
(图：© LAM 皮包提供)

包和其他配件。

LAM 是设计师全名的缩写。这个名字是阿拉伯文中的字母(ل) 。它在叙利亚语中有棍子的意思，在历史书籍和梦境中，棍子象征着其主人的力量和对旅行者的帮助和保护。

该公司的皮包兼顾了手工工艺和可持续发展的商业模式，在生产过程中不使用有害化学品。鞣制皮革的方法有若干种，植物鞣制皮革意味着皮革的处理方式是纯净自然的。LAM 采用传统手工工艺，利用的是植物的树皮、树枝和树叶或水果中自然产生的鞣酸。

实际的鞣制过程需要 1~3 个月。虽然工业化处理皮革的方法通常更便宜，也更容易大规模生产，但 LAM 的手工产品是独一无二的，原因是所采用的自然鞣制工艺以及由此产生的色调和其经典特征。

作为初入巴林皮具行业的品牌，该公司的目标是成为当地和全球市场上举足轻重的力量。作为一个创新和创意品牌，LAM 为客户提供具有独特设计的高品质皮包。

我回想起从爸爸那儿得到我的第一个皮包时的快乐。我仍然怀念那皮革的气味和它的精细触感。我还记得那个包给了我自信，仿佛它是我的力量之源。

——路鲁瓦·阿卜杜勒拉赫曼·阿勒曼纳伊，LAM 皮包创始人

建立品牌传承资产

在奢侈品市场上的著名品牌背后发现强劲的知识产权组合并非罕事。这些知识产权组合往往价值不菲（即便不是整个公司价值最高的单个资产）。有鉴于此，LAM 清楚知识产权将在其品牌战略中发挥重要作用。寻求商标保护是该公司战略规划中必不可少的第一步。

知识产权在我们的业务中发挥着重要作用，它所构建的强劲基础为我们带来了信心和安全。知识产权还保护我们的商业标识和产品设



LAM 清楚知识产权在其品牌战略中的重要作用（图：©LAM 皮包提供）

计不被复制。

——路鲁瓦·阿卜杜勒拉赫曼·阿勒曼纳伊，LAM 皮包创始人

在律师的协助下，LAM 注册了商标。这使它重新振作信心，继续投资和发展其品牌战略。

经过获取知识产权的漫长而复杂的过程，我最大的收获就是可以感到安全、受保护，并且有信心继续开展我目前的业务和未来的项目。

——路鲁瓦·阿卜杜勒拉赫曼·阿勒曼纳伊，LAM 皮包创始人

LAM 认为关于知识产权的知识应该更加普及。路鲁瓦·阿卜杜勒拉赫曼·阿勒曼纳伊女士将会乐见其被引入教育系统的所有阶段，因为这将使人们从小就认识到知识产权的益处。她还认为，国家的知识产权局可以发挥关键作用来支持中小型企业。LAM 已经成为知识产权倡导者，并积极鼓励其他中小企业从一开始就认真考虑为其知识产权获得保护。

3

锦上添花：装运食品的智能解决方案

发明家、业务变革项目经理、酷爱美食的爱好者佩兴斯·恩沃杜（Patience Nwodu）于 2019 年 2 月推出了可重复使用的 Chibu 食品装运盒。Chibu® 由 Nwodu 女士设计，是面包师（职业面包师等）、糕点师、蛋糕设计师和野餐爱好者们安全装运蛋糕、纸杯蛋糕、甜品和葡萄酒等食品的理想选择。Nwodu 女士解释了她为什么创制 Chibu，Chibu 如何轻松解决常见的蛋糕运送问题，以及知识产权如何以多种方式支持她实现经营目标。

你是怎么想到 Chibu 这个创意的？

那天是我的生日，有生日肯定就有蛋糕。那天我订了一款红丝绒蛋糕，10 英寸大小，非常漂亮，用标准的蛋糕盒递送。我想把它带到办公室，和我的团队一起分享。

公共交通即便在最畅通的时候也很麻烦，尤其是在伦敦。我避开了高峰时段的通勤人潮，但在过地铁检票口时仍要各种小心翼翼，还不住地道歉，希望人们避让我。上了一趟繁忙的地铁后，到站下车时还要防着人流推搡，直到看见自动扶梯，我才松了口气，活像刚刚经历了一场障碍赛。

我心里想：“不应该这么费劲啊。”带着这样的想法，Chíbu[®]诞生了。我喜欢蛋糕，爱动手解决问题，又希望生活便利且不乏时尚，所有这些最终催生了这个了不起的创意。

具体说说 Chíbu。

Chíbu 是获奖的装运工具，在我看来是目前最好的蛋糕装运工具之一。它以可持续、可再生和可生物降解的棉帆布制成，经过业界专业人士的使用测试和认可。2021 年，在英国举行的全球女性发明家和创新者网络（GlobalWIIN）虚拟颁奖典礼上，我因参与知识产权制度而获得知识产权意识网络（IPAN）颁发的 2020 年金奖，这让我感到非常兴奋。我不仅注册了 Chíbu 商标，还为 Chíbu 的独特外观设计提交了专利申请。我从 35 名参赛者中胜出，得到了来自三大洲的 9 位评委的一致认可。^①

它可以一物多用，适合所有场合。它以优质材料制成，坚固结实，可以重复使用数年之久。不用的时候，还能折叠成扁平状，易于存放。

是什么促使你进行开发？

在我自己经历过运送大生日蛋糕的艰难后，我试着寻找实用的解决方案，并提出 $RS^2MS^2 = \text{幸福}（减少压力 \times 节省金钱 \times 节省$

^① GlobalWIIN 官网表述为 30 名，此处仍保留 WIPO 官网表述。——编辑注。

空间 = 幸福)。在开发 Chibu 时，我想为客户提供一种简便的蛋糕携带方法，也希望我的产品能够传播快乐。

你在创制 Chibu 时遇到的最大挑战是什么？

第一个大的挑战是有了创意之后，不知道该去哪儿，或者向谁求助。我在谷歌上没完没了地搜索，后来偶然看到一家叫作“创新产品设计”（Innovate Product Design）的公司。他们的团队帮助我进行了产品开发和原型制作。

第二个挑战是寻找专利律师。由于市场上没有像 Chibu 这样的产品，保护我的这个装运盒设计就成了重中之重。我在领英上找到了一位律师，请他帮我申请了一项欧洲共同体专利。

我很幸运地在 GlobalWIIN 其中一个颁奖典礼上通过博拉·奥拉比西（Bola Olabisi）博士认识了马克·希汉（Mark Sheahan）。Mark 是一位在英国国家图书馆商业和知识产权中心工作的发明人，他帮我联系了一位值得信赖的专利律师。这位律师帮我申请了一项国际专利。

你在什么时候意识到知识产权可以支持你发展业务？

我从一开始就知道我的产品独一无二，而且知道需要对它加以保护。虽然市场上还有其他类型的蛋糕装运盒，但 Chibu 是独一无二的。

知识产权局能做些什么来支持像你们这样的企业？

作为持有创意的人，知识产权局可以帮助我和我一样的企业家了解还有其他哪些方式可以保护我们的发明。例如，如何保护以后的设计，或者如何利用版权来保护我的图样或说明书。它们还可

以帮助我提高产品的知名度。我相信世界需要 Chibu，而知识产权局可以帮助我实现这一点。

你如何利用知识产权，它们如何对你的业务起到帮助？

像我之前说的，我为我的发明申请了专利，为 Chibu 的名称注册了商标，为盒子的外观注册了欧洲共同体的外观设计权。如果我想通过许可销售我的产品，或者鼓励对我的业务进行投资，知识产权将起到非常重要的作用。

你收获了什么主要心得？

我在这个过程中主要心得是：

- 相信你自己和你的创意或产品；
- 认识到有哪些可以成为你自己的知识产权，并找到保护的办法；
- 不断尝试；
- 永不放弃。

为什么关注知识产权对于中小企业很重要？

从长远来看，保护知识产权可以使中小企业免于许多惨痛损失。

说到知识产权，你对其他中小企业有什么建议？

当你有疑问时，务必总向专业人士寻求建议。

你对未来有什么计划？

我欢迎任何人提出其他建议，帮助我的品牌成长。我希望 Chibu 装运盒能在全球的零售店上市。为了实现这个目标，我愿意接受许可和合作洽询。

4

技术与创新支持 中心帮助爱博找到立足点

青岛爱博检测科技有限公司（以下简称“爱博”）成立于 2015 年，是一家位于中国青岛的医疗产品公司。爱博最初的目标是制造检测试剂，但随着公司的发展，其业务范围也在不断扩大。该公司的业务主要包括生产和销售医疗器械、生物检测产品、橡胶和塑料产品以及体外诊断试剂。

爱博的创始人姚智博是一名职业医学检测工程师，他意识到医学检测市场正在快速增长。“我本以为通过制造检测试剂，我们公司很快就能做大。不幸的是，当时有许多人有同样的想法，”姚先生解释说。但在早期，爱博和它的 12 名员工对保护知识产权知之甚少，因此，公司名下没有知识产权。在逐渐意识到创新和知识产权对公司未来的关键作用后，爱博将其重点转向了研发。



在逐渐意识到创新和知识产权对公司未来的关键作用后，爱博将其重点转向了研发（图：© 青岛爱博检测科技有限公司提供）

“在参加了我们当地知识产权局提供的几项课程后，我知道专利可以帮助我们的产品从那些正在生产类似产品的竞争对手中脱颖而出。最终，我们创造出两项与医疗检测有关的专利，并在 2017 年申请了保护。”姚先生解释说。虽然爱博致力于创新和发展，但是资金不足，这阻碍了公司的继续发展。“研发费用几乎让我们倾尽所有，特别是考虑到我们是一家只有 12 个人的公司，而且收入微薄。”姚先生坦承。

与其他许多中小企业一样，爱博进入市场时信用等级低，表现为轻资产模式。2019 年，资金问题严重阻碍了爱博的发展，迫使该公司从多个渠道寻求帮助。就在这时，姚先生看到了青岛市知识产权事务中心 [当时正在筹建成为中国的世界知识产权组织技术与创新支持中心（TISC）] 的信息。

“在耗尽了我一生的积蓄，用尽了向朋友和银行借钱的尝试，并且公司处于倒闭的边缘，我听说当地政府的知识产权事务中心可以帮助中小企业以其专利作为抵押获得银行贷款，”姚先生说，“尽管最初有些疑虑，但我还是拜访了该中心。他们对我的公司进行评估，并协助我完成申请贷款的所有文件。令我惊讶的是，在短短一个月内，青岛银行就为我们提供了 300 万元人民币（约合 46 万美元）的贷款。”这笔资金的注入增强了该公司投资于创新和发展的信心，带来了连续的产品升级。

爱博充分利用当地 TISC 所提供的知识产权服务和资源，派员工参加 TISC 关于运用专利信息的培训，并利用该中心免费的专利数据库来支持其产品开发和专利组合规划。“作为世界知识产权组织 TISC 系统的一部分，让我们能够充分利用该中心的资源，这使得我们在使用专利制度时能够作出更加明智的决策。”姚先生说。爱博进入当地的 TISC，帮助提升了爱博团队的知识产权技能和产品质量。

在 2020 年新型冠状病毒肺炎疫情期间，爱博遇到了 TISC 服务的其他用户，并通过他们扩大了自己的客户群。“作为 TISC 网络的朋友，我们



2019 年，爱博为其核心技术申请了 16 项专利，并完成了初步的专利组合规划

（图：© 青岛爱博检测科技有限公司提供）

有机会认识该系统的其他用户，特别是与我们业务领域密切相关的用户。目前各地都需要医疗用品，我们已成功通过该网络与一些新客户建立了联系。”截至2021年初，作为一家拥有70名员工的公司，爱博已经提交了13项待审专利申请（全部为实用新型），并获得了31项专利授权（8项发明，23项实用新型）。2017~2020年，该公司营业收入从158.97万元（约合24.4万美元）跃升至1362万元（约合210万美元）。该公司还在与风险投资人洽谈，以便在充满活力的医疗用品市场上更快地发展。

爱博曾经是一家名下没有知识产权的初创公司，而现在有了自己的知识产权管理团队和系统。在5年内，由于其对知识产权的理解、对创新的承诺以及当地TISC提供的专门服务，该公司实现了显著增长。其间，知识产权已成为爱博商业模式的核心，并为其发展提供动力。

爱博正在与风险投资人洽谈，以便在充满活力的医疗用品市场上更快增长（图：© 青岛爱博检测科技有限公司提供）



“我们正在开发更多的专利，这将使我们能够获得更多的贷款，帮助我们制造更好的产品，并更有效地销售这些产品。这种良性循环是无尽头的，这点是最受欢迎的，”姚先生说。

作为一家技术型中小企业，爱博碰到了许多初创企业的普遍问题：难以获得资金。TISC 可以通过知识产权融资、知识产权培训、专利检索和分析、知识产权管理及其他创新支持服务来为企业提供支助。获得这些服务使爱博得以不断成长，在对知识产权知识更深入了解的情况下，爱博不断提高自身创新能力，并积极利用知识产权支持其业务目标。通过利用其无形资产来获得资本，爱博实现了稳健、持续的发展，并已成为中小企业创新发展的一个模式。

5

Windpact: 专利冲击保护技术

肖恩·斯普林斯（Shawn Springs）在美国国家橄榄球联盟（NFL）打了十多年的职业橄榄球，然后创立了 Windpact 公司（以下简称“Windpact”），这是一家专注于分析、设计和实施冲击保护解决方案的技术和应用科学公司 [图：© 杰伊·普雷马克（Jay Premack） / 美国专利商标局提供]

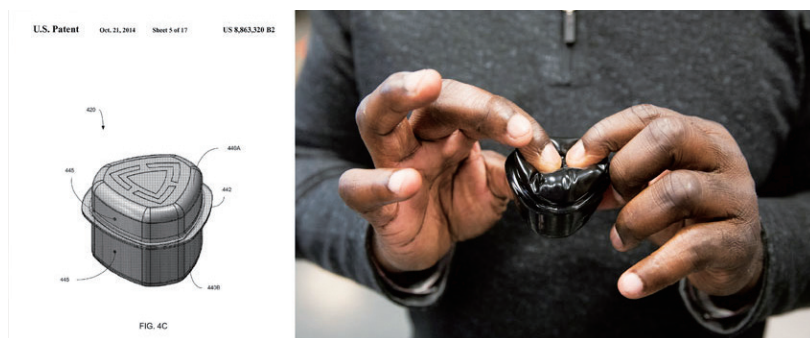


Windpact 是一家私营公司，总部设在美国弗吉尼亚州利斯堡。这是一家技术和应用科学公司，专注于分析、设计和实施冲击保护解决方案，以使生命更安全。其主要产品是“碰撞云”（Crash Cloud），一种内置于头盔或驾驶座的材料，用于吸收和分散撞击产生的能量。

该公司的首席执行官兼创始人是肖恩·斯普林斯，他曾是 NFL 的防守后卫，为华盛顿、西雅图和新英格兰的球队效力，因此对安全问题有着切身关注。他从 NFL 退役后，决定研究如何保护足球运动员免受头部创伤。他的朋友肯·达菲（Ken Duffy）送给他一个 Safety 1st[®] 儿童婴儿座椅，他向达菲打听这个座椅使用了何种技术。达菲给了他一个汽车座椅的垫子，让他做实验。他发现足球相当于一系列的车祸，这项技术可以用在足球头盔上。后来，他见到了 Safety 1st[®] 母公司的团队领导多雷尔（Dorel），了解到其专利技术只用于汽车座椅。在多雷尔的支持下，肖恩·斯普林斯接着探索如何以新的方式扩展使用该项技术。

肖恩·斯普林斯于 2011 年为公司名称 Windpact 注册了商标（美国商标注册号 5281738），并开始专注于寻找减轻碰撞后果的解决方案。在律师和同事的帮助下，他申请了第一项专利 US8863320B2，以保护他在头盔上使用填充技术的权利。肖恩·斯普林斯将这项技术命名为“碰撞云”，并注册了商标（美国商标注册号 5342065）。他后来针对头盔保护技术申请了第二项专利 US10039338B2，并在 2018 年获得授权。

2014 年获得专利后，肖恩·斯普林斯开始建立一个由世界顶级工程师、设计师和科学家组成的团队，专门研究冲击科学以及各种



碰撞云技术专利 US8863320B2 的附图之一（左）显示了填充物的三维效果图。Windpact 的标志出现在顶部。肖恩·斯普林斯（右）通过用手指挤压填充物来演示碰撞云的工作原理（图：© 杰伊·普雷马克 / 美国专利商标局提供）

材料如何消散能量以加强冲击保护。为了帮助研究和测试，他召集了来自美国弗吉尼亚理工大学头盔实验室和北卡罗来纳州立大学弹道载荷和结构测试实验室的科学家和工程师。通过调整受控气流的速率和泡沫类型，他们发现碰撞云能有效地分散不同种类的冲击，并能在众多领域派上用场。Windpact 获得专利的碰撞云在压缩时吸收能量，并在像弹簧一样迅速重新充气之前通过冲击口消散能量。

通过制作特定类型的泡沫并控制气流的速率，可以对碰撞云进行调整，以应对各种现实世界的冲击。这包括将该技术整合到头盔、汽车内饰（如头枕或顶篷）以及其他保护性填充物解决方案（如胸垫、护膝）。Windpact 提供的专有方法和技术正在推动产品研发的典型转变。Windpact 的安全技术被设计成非侵入式、适应性强的轻量技术，因此不会干扰用户的工作能力。

Windpact 服务的主要行业是体育、军事和汽车。目前的产品和合作项目包括 Evoshield 经典和未来派捕手头盔和面具，

Hummingbirds 女子长曲棍球头盔，以及美国陆军战术战斗头盔。未来的工作目标包括与工业防护装备和体育应用中的雪地、板球、马术、自行车和摩托车越野等领域合作。他们还在开发汽车的内衬。由于这一成功，该公司的地位已从初创期过渡到创收期。

Windpact 在 NFL 第二届头部健康技术挑战（HeadHealth Tech Challenge II）和 NFL 首个未来初创竞赛（1st and Future Start-up Competition）中获胜。作为小企业家，肖恩·斯普林斯是一个成功的典型例子，他明白从一开始就投资于强大的知识产权战略对公司取得成功的重要性。

美国专利商标局 供稿



失而复得

个人物品放错地方或意外丢失是普遍存在的现象。位于日本东京的初创公司 MAMORIO 希望为这个古老的问题提供新的解决方案，于是开发了一款智能追踪标签和应用程序，来帮助人们追踪其个人物品。

自 2012 年以来，MAMORIO 一直致力于开发帮助顾客追踪其物品的用户友好型产品，公司的使命宣言是“不再去想忘了什么”。MAMORIO 从各种产品和服务的创造和营销中，找到了自己的位置，这些产品和服务往往是通过与迪士尼、索尼等大公司达成合作开发的。

MAMORIO 产品背后的基本概念，是通过蓝牙功能将其智能追踪标签与智能手机连接。一旦标签与智能手机分离，连接断开，用户就会收到推送通知。该公司的成功主要基于三个要点：设计、功能和品牌。

MAMORIO 已有效利用知识产权体系保护其专有技术，同时也通过成功的品牌宣传建立了良好商誉。经过近十年时间，该公司已经积累了扎实的知识产权组合，成为该领域的领头羊。

原创的 MAMORIO 智能追踪标签外观时尚简约。它的形状就像普通行李牌，设计得尽可能小巧，上面有个小孔，可以挂在钥匙等诸多经常乱放的物品上。顾客能够轻易识别标签的形状，这有助于公司的整体品牌战略。

该公司认识到当时技术的不足，于是开发了自己的应用程序，与智能手机的 GPS 功能配合，为用户更新标签的时间和最后已知位置。这一产品功能上的“升级”，帮助 MAMORIO 在竞争者中脱颖而出。

明确的特质，难忘的品牌

MAMORIO 很快就认识到利用知识产权保护其产品和服务投资的价值。2014 年，该公司向日本特许厅提交了第一项商标申请，其旗舰品牌“MAMORIO”。随着公司不断开发新的产品，之后又提交了更多的商标申请。

商标并不是 MAMORIO 利用知识产权体系的唯一途径。在其独特通知系统的基础上，该公司还开发并发布了受专利保护的“云追踪”系统，之后又推出了“MAMORIO Spot”。这是该公司智能追踪标签最为独特的两项功能。

“云追踪”系统利用不断发展的物联网，将其应用的用户变为实时“搜寻者”。基于众包概念，有用户经过遗失标签的位置附近时，应用程序会自动将标签的信息转发到云端。随后，原主人就会收到所丢失标签信息的通知。随着用户数量的增加，其有效性也会相应

增强。

技术是初创企业的重要支柱。在寻求与业务伙伴一起开发新技术或倡议时，知识产权有助于促进谈判，推进其他利用公司技术优势的活动。

——MAMORIO 公司首席执行官增木大己

“MAMORIO Spot”的功能类似，不过是在人流密集的区域设置了接收用户信号的天线。目前，日本东京多个轨道交通站内已经安装了“MAMORIO Spot”专用天线。提供连接用户的服务，是MAMORIO不断加深其品牌形象和巩固客户忠诚度的另一关键方法。

未来即在此刻

重视预见潜在市场也对公司起到了重要作用。MAMORIO 的日渐成功鼓舞了该公司基于同样的技术开发其他产品。“MAMORIO FUDA”是一种类似于贴纸的智能追踪标签，适合贴在笔记本电脑和其他大型设备等物品的表面。

展望未来，MAMORIO 将继续发展与其他公司的合作伙伴关系。例如，与日本大型制药公司卫材株式会社合作，开发了面向在日本人口中占据相当比重的老年人的产品线“Me-MAMORIO”。

此外，还与 Fanimal（以识别丢失的宠物）、日本航空（以追踪飞机维修设备）等其他大型企业达成了合作。MAMORIO 是一个典型例子，说明了如何能够利用知识产权将公司的最初创意发展成为规模更大的产品线和服务线，以及通过合作或将知识产权授权给第三方来创造新的收入来源。