



发明创造名称： 路灯

专利权人： 中山楚辉照明电器有限公司

无效宣告请求人： 梁炆培

无效宣告请求审查决定书

(第 560537 号)

根据专利法第 46 条第 1 款的规定，国家知识产权局对无效宣告请求人就上述专利权所提出的无效宣告请求进行了审查，现决定如下：

宣告专利权全部无效。

宣告专利权部分无效。

维持专利权有效。

根据专利法第 46 条第 2 款的规定，对本决定不服的，可以在收到本通知之日起 3 个月内向北京知识产权法院起诉，对方当事人作为第三人参加诉讼。

附：决定正文 7 页(正文自第 2 页起算)。

合议组组长：李卉

主审员：吴卫民

参审员：郑春雨





国家知识产权局

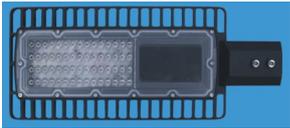
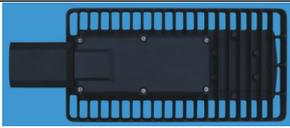
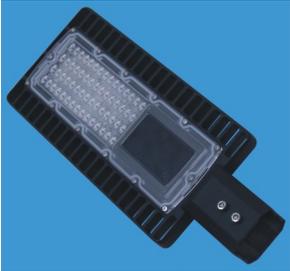
国家知识产权局

无效宣告请求审查决定(第 560537 号)

案件编号	第 6W123326 号
决定日	2023 年 03 月 02 日
发明创造名称	路灯
外观设计分类号	26-03
无效宣告请求人	梁炆培
专利权人	中山楚辉照明电器有限公司
专利号	201830710048.0
申请日	2018 年 12 月 08 日
授权公告日	2019 年 07 月 16 日
无效宣告请求日	2022 年 11 月 07 日
附图	共 1 页
法律依据	专利法第 23 条第 1 款
决定要点:	<p>对路灯产品而言,其正面视图为一般消费者所重点关注的部位,对整体视觉效果的影响权重最大,其背面视图属于不易被一般消费者所关注的部位,不足以引起显著的视觉效果差异,并且路灯通常距离消费者有一定距离,局部细微差异对于一般消费者而言难以发现。涉案专利与对比设计相比,各部分的布局和各部分的具体形状以及大小比例均基本相同,二者的整体视觉效果极其接近,足以使一般消费者对二者形成基本相同的整体视觉效果。其区别属于一般消费者容易忽略的局部细微差异,对整体视觉效果不产生实质性影响。因此,涉案专利与对比设计构成实质相同,不符合专利法第 23 条第 1 款的规定。</p>



国家知识产权局

		
主视图	后视图	左视图
		
右视图	俯视图	仰视图
		
立体图		

涉案专利附图



对比设计附图



一、案由

本无效宣告请求涉及的是国家知识产权局于 2019 年 07 月 16 日授权公告的 201830710048.0 号外观设计专利，使用该外观设计的产品名称为“路灯”，其申请日为 2018 年 12 月 08 日，专利权人原为王付胜，后变更为中山楚辉照明电器有限公司。

针对上述外观设计专利（下称涉案专利），梁炆培（下称请求人）于 2022 年 11 月 07 日向国家知识产权局提出了无效宣告请求，其理由是：相对于证据 1，涉案专利不符合专利法第 23 条第 1 款的规定；相对于证据 1 或者证据 1 和证据 5 的组合，涉案专利不符合专利法第 23 条第 2 款的规定，请求宣告涉案专利无效，同时提交了涉案专利的授权公告文本及如下证据：

证据 1：微信号为“xhhledd”、名称为“AA00-鑫海皇 18022139176”的微信朋友圈截图复印件；

证据 2：微信号为“xhhledd”、名称为“AA00-鑫海皇 18022139176”的微信朋友圈时间戳认证证书复印件；

证据 5：网址为 <http://www.xhhled.com/product/424.html> 的江门市鑫海皇灯饰电器有限公司官网截图复印件。

经形式审查合格，国家知识产权局于 2022 年 11 月 14 日受理了上述无效宣告请求并将请求人提交的无效宣告请求书及证据副本转给了专利权人，同时成立合议组对本案进行审查。

针对上述无效请求，专利权人于 2022 年 12 月 28 日提交了意见陈述书和如下附件：

附件 1：（2022）粤中香山第 9641 号公证书；

附件 2：（2022）粤中香山第 9642 号公证书。

专利权人认为：附件 1 和附件 2 用于证明微信号 18022139176 的朋友圈对非好友陌生人不可见，而且申请添加好友需验证才可，且存在无法通过验证的可能；对证据 1 和证据 5 的真实性不予认可，并且认为请求人的无效理由均不成立。

合议组于 2023 年 01 月 05 日向请求人发出转送文件通知书，将专利权人 2022 年 12 月 28 日提交的意见陈述和上述附件转送给请求人。

国家知识产权局本案合议组于 2023 年 01 月 12 日向双方当事人发出了口头审理通知书，定于 2023 年 02 月 22 日举行远程口头审理。

请求人于口头审理前将证据 1 的涉及时间戳认证的视频文件光盘邮寄至合议组，专利权人于口头审理前将附件 1 和附件 2 的公证书原件送至合议组。

口头审理如期举行，双方当事人均出席了本次远程口头审理。在口头审理过程中明确了如下事项：

（1）双方当事人对合议组成员和书记员无回避请求，对对方出庭人员身份和资格无异议。

（2）专利权人当庭核对了证据 1 的时间戳视频文件，对时间戳认证过程无异议，对证据 1、2 的认证过



程认可，对证据 1、证据 2 和证据 5 的真实性和公开时间均不认可，专利权人主张（2022）粤中香山第 9641 号公证书用于证明 2022 年 12 月 15 日微信号 18022139176 的朋友圈申请添加好友需验证才可，（2022）粤中香山第 9642 号公证书用于证明 2022 年 12 月 20 日微信号 18022139176 的朋友圈验证一周仍未通过，专利权人当庭上传了两份行政判决书供合议组参考。

（3）请求人对专利权人提交的两份公证书的真实性无异议，对证明目的不予认可，请求人当庭上传了 4 份网络截图、1 份专利文件、1 篇论文和 1 篇决定供合议组参考，主张用证据 1 中的图 5、6、7 进行比对，图 11、13 证明证据 1 的产品与证据 5 对应。

双方均在坚持书面意见的基础上充分阐述了各自的观点。

至此，合议组认为本案事实已经清楚，可以作出审查决定。

二、决定的理由

（一）法律依据

专利法第 23 条第 1 款规定：授予专利权的外观设计，应当不属于现有设计；也没有任何单位或者个人就同样的外观设计在申请日以前向国务院专利行政部门提出过申请，并记载在申请日以后公告的专利文件中。

（二）证据认定

证据 1 为微信号为“xhhlidd”、名称为“AA00-鑫海皇 18022139176”的微信朋友圈截图复印件，证据 2 为可信时间戳认证证书 TSA-04-20220917669300149 复印件，请求人于口头审理前向合议组寄送了存有证据 2 所涉及时间戳录屏文件的光盘，证据 2 的可信时间戳认证视频文件用于证明证据 1 的微信朋友圈的真实性。

专利权人对证据 1 的真实性和公开时间不予认可，同时认为：（1）证据 2 无法证明证据 1 的真实性；（2）微信号 18022139176 的朋友圈对非好友陌生人不可见，而且申请添加好友需验证才可，且存在无法通过验证的可能，并提交了附件 1 和附件 2 用于证明添加微信号 18022139176 好友需验证且验证不通过，因此微信朋友圈不构成专利法意义上的公开，不能作为涉案专利的现有设计。

合议组认为：

（1）请求人提交的证据 2 可信时间戳认证证书是“联合信任时间戳服务中心”对当事人提交的电子数据文件颁发的证书，用于证明该电子数据文件的形成时间以及内容完整。证据 2 的可信时间戳认证证书的申请人龙兼，取证时间显示为 2022-09-17 11:37:14（UTC+8）。在请求人提交的证据 2 的光盘中的视频文件完整记录了申请人在该时间进行证据保全的过程，从该视频中可以看到，申请人进入微信应用，登录昵称为“manbu”微信号为“wxid_6iea94jrmjci22”的微信账号，进入其名称为“AA00-鑫海皇 18022139176”的微信好友的朋友圈，页面进行截屏保存（即证据 1），其中证据 1 的图 5 是视频的第 00:01:28 截图，图 6 是视频的第 00:01:36 截图，图 7 是视频的第 00:01:42 截图，上述过程完整清晰，所保存的截图内容与请求人提交的证据 1 的图 5、6、7 内容一致，因而，在没有相应证据予以推翻的情况下，合议组认可证据 2 的真实性，以及



证据 2 可以证明证据 1 的内容自申请时间戳时其已经存在且内容保持完整。

(2) 朋友圈发布的信息是否处于社会公众想得知即可得知的状态，是否构成专利法意义上的公开，不能一概而论，应从微信用户的身份性质、微信号的主要用途、发布的朋友圈内容等方面进行综合认定。具体来说，如果从朋友圈公开的内容，并结合用户的个人信息，能够看出用户发布信息的目的是为了销售或者推广产品，没有要求微信好友保密，并且具有明示或者默示希望微信好友多多转发的意愿，符合产品宣传销售广告的性质特征，同时综合考量用户发布信息情况可以预见其具有较广传播范围的可能性，在无相反证据足以推翻的情况下，则可以推定该产品从发布之日起就处于非私密状态以及处于社会公众能够获知的状态具有高度盖然性，处于社会公众能够获得的状态，可以认为已经构成专利法意义上的公开。

本案中，请求人主张使用证据 1 的图 5、6、7 评述涉案专利，其中上述图均为昵称为“AA00-鑫海皇 18022139176”微信号“18022139176”的朋友圈内容，发布时间均为 2018 年 06 月 25 日，公证内容显示，该用户所发布的朋友圈信息多为带有广告性质的文字或图片，其朋友圈中多次发布多款路灯的图片和视频，且图片配文包括“专业 LED 外壳制造”、“请客户询价再下单”、“当天报价为准”、“广而告之”、“厂家直销批发”等内容，还有较多参与灯具展会相关内容，清楚地表明了其作为产品销售人员，推广产品、欢迎购买的意愿，从请求人展示的该微信用户的朋友圈内容可以看到，其发布朋友圈信息中有大量的产品展示和相应产品图片，其发布图片的意图在于公开销售和推广产品，产品图片被广泛传播的事实已具有高度可能性。该微信号出于积极推广销售产品的目的，即使该类微信号添加好友时需要验证，通常其对不特定人通过验证的可能性极高，虽然专利权人提交了附件 1 和附件 2 证明在 2022 年 12 月 15 日添加微信号 18022139176 好友需验证且至 2022 年 12 月 20 日仍验证不通过，但是上述附件并不足以推翻该微信号在 2022 年 09 月 17 日之前公开销售和推广产品的目的，也不足以证明该微信号在 2022 年 09 月 17 日之前对添加好友的不特定人不通过验证的事实。因此证据 1 的内容构成专利法意义上的公开。朋友圈信息发布时由系统自动生成发布时间，除了删除外不能对已发布的内容进行编辑和修改，因此图 5、6、7 的发布时间 2018 年 06 月 25 日可以作为其公开日期，该日期早于涉案专利的申请日，可以作为涉案专利的现有设计，用于评价涉案专利是否符合专利法第 23 条第 1 款的规定。

(三) 关于专利法第 23 条第 1 款

涉案专利涉及的产品是路灯，证据 1 公开了路灯的产品图片（下称对比设计）。上述证据所示产品用途与涉案专利相同，属于相同种类的产品。

涉案专利由正投影六面视图和立体图表示。如图所示，涉案专利产品由格栅壳体、发光部、电源部、灯臂组成；壳体与灯臂一体成型，壳体为长方形，四角略圆，均匀分布有矩形格栅，灯臂为切角转角的方筒状，设有两个螺接件；发光部被格栅壳体包围，发光部有矩形排列的多个灯珠，发光部的大部分面积为灯珠部分



面积，连接至灯体的螺钉处有凹陷线条；从后视图看，背部的电源部为四角圆弧的长方体，由螺钉固定。详见涉案专利附图。

对比设计由三幅图表示。如图所示，对比设计产品由格栅壳体、发光部、电源部、灯臂组成；壳体与灯臂一体成型，壳体为长方形，四角略圆，均匀分布有矩形格栅，灯臂为切角转角的方筒状，设有两个螺接件；发光部被格栅壳体包围，发光部有矩形排列的多个灯珠，发光部的大部分面积为灯珠部分面积；灯体背面有电源部，为四角圆弧的长方体，由螺钉固定。详见对比设计附图。

涉案专利与对比设计相比，主要相同点为：路灯均由格栅壳体、发光部、电源部、灯臂组成；壳体与灯臂一体成型，壳体为长方形，四角略圆，均匀分布有矩形格栅，灯臂为切角转角的方筒状，设有两个螺接件；发光部被格栅壳体包围，发光部有矩形排列的多个灯珠，发光部的大部分面积为灯珠部分面积；从后视图看，背部的电源部为四角圆弧的长方体，由螺钉固定。主要不同点为：涉案专利发光部连接至灯体的螺钉处有凹陷线条，涉案专利壳体、发光部和电源部具体分布比例大小与对比设计稍有区别。

专利权人认为：对比设计未显示背部视图；涉案专利壳体、发光部和电源部具体分布比例与对比设计不同，涉案专利连接至灯体的螺钉处有凹陷线条，对比设计无此设计。

对此，合议组认为：对路灯产品而言，其正面视图为一般消费者所重点关注的部位，对整体视觉效果的影响权重最大，其背面视图属于不易被一般消费者所关注的部位，不足以引起显著的视觉效果差异，并且路灯通常距离消费者有一定距离，局部细微差异对于一般消费者而言难以发现。涉案专利与对比设计相比，均由格栅壳体、发光部、电源部、灯臂组成，并且这些部分的布局和各部分的具体形状以及大小比例均基本相同，二者的整体视觉效果极其接近，足以使一般消费者对二者形成基本相同的整体视觉效果。在一般消费者不刻意关注的情况下，由壳体、发光部和电源部具体分布比例与对比设计不同以及连接至灯体的螺钉处有凹陷线条的不同所留下的视觉印象相对于整体视觉效果而言不容易被一般消费者所注意到，而路灯背部视图在产品整体上所处的位置不属于重点部位，不容易被一般消费者所关注，属于一般消费者容易忽略的局部细微差异，对整体视觉效果不产生实质性影响。因此，涉案专利与对比设计构成实质相同，不符合专利法第 23 条第 1 款的规定。

综上所述，请求人提出的涉案专利不符合专利法第 23 条第 1 款规定的无效理由成立，针对请求人提出的其他无效理由和证据，合议组在此不再评述。

三、决定

宣告 201830710048.0 号外观设计专利权无效。

当事人对本决定不服的，可以根据专利法第 46 条第 2 款的规定，自收到本决定之日起三个月内向北京知识产权法院起诉。根据该款的规定，一方当事人起诉后，另一方当事人作为第三人参加诉讼。

合议组组长：李卉
主审员：吴卫民
参审员：郑春雨

