

跨境电商知识产权风险分析与防控体系构建

陈路瑶

江苏大学法学院，江苏 镇江

收稿日期：2025年12月12日；录用日期：2025年12月24日；发布日期：2025年12月31日

摘要

随着跨境电商成为我国对外贸易的重要渠道，其在扩展海外市场的同时也面临日益严峻的知识产权纠纷挑战。本研究表明，当前我国跨境电商知识产权纠纷呈现高发态势，主要集中于美、欧等核心市场，涉及专利、商标侵权及恶意诉讼等多重风险。这些风险根源于严苛的平台规则、知识产权的地域性壁垒、企业自身合规意识与能力的系统性缺失，以及由“搭便车”行为与集体行动困境所导致的行业预警与互助机制的缺位。为此，本文在知识产权战略管理与集体行动理论框架下，构建了一个立体防控体系：在企业层面，主张通过加强意识、前瞻布局、做好FTO分析来构建全链条风险防控体系；在行业层面，倡议组建协同防御制度，通过构建行业预警平台、组织联合应诉、设立行业保险等方式，形成集体应对合力。

关键词

跨境电商，知识产权风险，风险防控体系，行业协同

Risk Analysis and Prevention System Construction for Intellectual Property in Cross-Border E-Commerce

Luyao Chen

School of Law, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 12, 2025; accepted: December 24, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

As cross-border e-commerce has become an important channel for China's foreign trade, it not only expands its market overseas but also faces increasingly severe challenges in intellectual property disputes. This study shows that current intellectual property disputes in China's cross-border e-commerce are on the rise, mainly concentrated in core markets such as the United States and Europe,

involving multiple risks such as patent and trademark infringement and malicious lawsuits. These risks stem from strict platform rules, geographical barriers to intellectual property rights, the systematic lack of enterprises' compliance awareness and ability, as well as the absence of industry early warning and mutual assistance mechanisms caused by "free-riding" behavior and collective action dilemmas. Therefore, based on the framework of intellectual property strategic management and collective action theory, this paper has constructed a three-dimensional prevention and control system: at the enterprise level, it advocates building a full-chain risk prevention and control system by strengthening awareness, making forward-looking plans, and conducting FTO analysis; at the industry level, it proposes establishing a collaborative defense system, through building an industry early warning platform, organizing joint litigation, and establishing industry insurance, to form collective response strength.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Intellectual Property Risks, Risk Prevention and Control System, Industry Synergy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网与供应链技术的发展，电子商务因具有突破地域限制和极致便利的特点而繁荣，随之而来，跨国电商也成为我国开展对外贸易的一条重要途径，但其带来贸易机会的同时也带来了诸多挑战。当前，我国企业影响力在全球商业版图中进一步加大，对外贸易产业发生由传统劳动密集型到当今创新驱动型的转型，企业的价值更多地依赖创新与技术。因此，海外知识产权布局与维权成为企业拓展海外市场的必由之路。《2024 中国企业海外知识产权纠纷调查》显示，中国企业在美新立案和结案的知识产权诉讼案件共计 1856 起，其中新立案 1227 起，较上一年增长 4.60%，涉及跨境电商案件 1302 起，占比 70.15% [1]。从上述数据可以看出，我国跨境电商海外知识产权纠纷呈高发态势。

当前，跨境电商有企业对消费者(B2C 模式)、企业对企业(B2B 模式)、消费者对消费者(C2C 模式)三种经营模式。我国跨境电商经营者多数为小微企业与个体工商户，其在面对涉外知识产权纠纷时具有诉讼能力弱、风险防控意识差等特点[2]。即使是强势企业，在国外根据当地法律进行维权也较为困难。因此，本研究旨在通过具体案例归纳我国跨境电商高发知识产权纠纷类型，并深度剖析纠纷产生的原因，基于此提出相应的风险防控措施与诉讼策略，以期为我国跨境知识产权保护与风险规避提供可行的指引。

2. 跨境电商知识产权纠纷现状与特征

2.1. 核心市场成为纠纷“重灾区”：以美、欧、日韩为例

《2024 年中国专利调查报告》显示，在遭遇海外知识产权纠纷的受访企业中，海外知识产权纠纷涉及美国的比例为 61.5%，涉及欧洲的比例为 40.8%，涉及日本、韩国的比例为 18.4% [1]。这些地区是我国商品出口的主要市场，更是知识产权司法保护强度高、禁令适用较为普遍的区域。2024 年底出现了大规模美国专利商标“暴雷”事件，有 3100 件中国企业在美专利被终止，4.2 万商标面临重新审查及撤销风险，案涉商标涉及大量在美国亚马逊电商平台备案的中国商家。与此同时，亚马逊、eBay 等跨境电商平台加强知识产权审查，中小微企业因海外知识产权布局不足，易陷入被动[2]。

2.2. 风险呈现：诉讼情况严峻

2.2.1. 专利诉讼情况

近来，我国跨境电商平台专利侵权诉讼案件频发。587 起专利诉讼新立案案件中，涉及跨境电商案件 322 起，其中有 224 起中国企业为被告^[1]。主要涉及行业为批发零售业，如服装鞋帽、户外用品、电器等，其次为软件和信息技术服务业与科技推广和应用服务业。专利侵权纠纷诉讼同样具有结案周期长，结案方式多为和解、撤案、缺席判决原告胜诉，判赔金额高，救济措施严厉等特点。

2.2.2. 商标诉讼情况

我国跨境电商企业在海外遭遇的商标纠纷案件则多来源于批发和零售业。以美国为例，批发与零售商标纠纷案件占比达 76.98%；商标诉讼案件中，中国企业作为被告的案件占比高达 94.87%，说明我国企业在跨境电商中存在极高的商标侵权风险；由于诉讼周期较长，诉讼成本高等原因，中国企业积极应诉的意愿较差，缺席判决原告胜诉占比高达 67.03%，原告撤案双方和解占比 23.31%，原告胜诉并判被告赔偿累计判赔金额为 2398.03 万美元，平均判赔金额为 14.89 万美元^[1]。且外国法院多采取发布临时禁止令、初步禁令、永久禁令等救济措施来对侵权企业进行限制。

2.3. 风险类型：侵权与被诉的二元形态

2.3.1. 专利侵权风险

跨境电商专利侵权情形主要为：未经许可制造、许诺销售专利产品；以生产经营目的使用、销售、进口未经许可制造的专利产品；未经许可使用专利方法以及使用、许诺销售、销售、进口依照专利方法直接获得的产品；违反目标国家或地区的规定，平行进口专利产品；未经许可制造、许诺销售、销售、进口在相同或相近种类的产品上使用与授权外观设计相同或近似的外观设计的产品^[3]。

2.3.2. 商标侵权风险

在跨国电子商务实践中，商标侵权风险主要有以下几种：一为未经许可销售带有相同或相似商标的相同或相似商品；二为将与已有商标相同或近似的标识用作商品名称、商品装潢或者商品广告；三为将他人使用或注册商标相同或相近的文字注册为域名，并开展电子商务；四为平行进口风险，跨境电商企业将真品从一个国家或地区的市场进口到另一国家或地区的市场售卖，使消费者对商品来源产生混淆的行为，具有商标侵权风险；五为翻新商品侵权风险，对正品进行翻新、部件更换等使之与原装商品产生实质上不同，使用原商标再次进行售卖的行为会产生商标侵权风险^[4]。

2.3.3. 恶意诉讼风险

职业维权现象在海外知识产权纠纷中大量存在，恶意维权者利用抢注、不当申请等手段获取权利，进而对跨国企业进行恶意索赔。随着我国企业品牌影响力在国际上的提升，许多知名商标在国外频繁遭遇商标的恶意抢注。卫龙公司发现核心商标“卫龙”在秘鲁被恶意抢注，洽洽食品股份有限公司在德国的代理商 OKAI 公司抢先注册了与洽洽公司近似的商标，并在德国进行了知识产权保护备案¹。泰国皇家 50R 集团在未经瑞幸授权的情况下，恶意抢注与瑞幸商标极其相似的商标，并在一审中反向瑞幸索赔 100 亿泰铢，瑞幸在该诉讼中败诉²。另外，反向假冒也是侵犯我国商标权的常见类型。某些外国公司利用中

¹参见《中国品牌国际维权再添佳绩 河南卫龙商标在秘鲁维权成功》，河南省市场监督管理局，省局动态，2025-12-29，<https://scjg.henan.gov.cn/2025/04-03/3144664.html>。

²2025-12-29 参见华政中外法律文献中心《关注|泰国山寨瑞幸败诉！瑞幸维权胜诉判赔 1000 万+》，2025-03-12，https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzI3ODUz-NTIxMA==&mid=2247529298&idx=2&sn=6b8ea333e70e568a40bf4c29bd03a&chksm=eale77452c4aec8c81aba7831e96537a52f1bee74b3a87c375a285ff2aac7b889583dff45d8。

国商品价格低廉、质量高的特点，购买后换上自己的商标进行售卖，以提高自己品牌的市场影响力。该行为极大地阻碍了中国商标“走出去”的进程。此外，非执业实体(NPE)以“专利运营”为核心，不从事生产经营却通过诉讼索取高额赔偿，已成为中国企业专利的重要风险源，有调查显示 NPE 是在美对中国企业发起专利诉讼的主要原告，近 1/3 专利诉讼由 NPE 发起[5]。

3. 知识产权侵权风险的成因剖析

3.1. 平台规则威胁

电商平台多依据“通知 - 删除”规则来处理知识产权侵权纠纷，其基本内容为，网络服务提供者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施[6]。当前，主流电商平台均依据该规则建立了相应的平台规则与维权机制。一般平台会设立投诉通道，在接收到相关知识产权侵权投诉后，对所涉及的产品进行审查，并对疑似侵权的产品进行下架等执行措施。卖家可在一定期限内提供不侵权证明来进行申诉，由平台对双方证据进行审核后，决定是否恢复链接或者上架。但在实际操作过程中，出现了权利不对等、规则不透明、处罚措施严厉等情形，对中小企业的生存构成严重威胁。

平台为维护消费者的信任和平台生态环境，往往采取快速下架商品的手段。不进行实质审核就下架产品，催生了大量利用恶意诉讼进行不正当竞争的现象[7]。此外，跨境电商平台通常仅提供商标、专利、版权的简单知识介绍，以及商家被投诉时如何应对的内容，并不包含侵权行为认定的标准和处罚程序。对商品是否侵权的认定更多依赖其内部判断，而非透明公正的规则。更有甚者，平台既不说明不接受申诉的原因，甚至对申诉不予理会。以上种种因素，增加了跨境商家对平台处理结果预测的不确定性，使其难以有效规避相关风险。

3.2. 全球知识产权地域性及制度的固有差异

跨境电商是跨境企业的重要组成部分，相对于传统线下针对有限目标进行大量交易的销售方式，跨境电商面临更大的知识产权风险。跨境电商的经营活动天然具有跨国界特性且流转范围极广，其产品种类多样、更新迭代迅速。由于知识产权具有地域性特征，且各国知识产权法律体系差异显著，同一商品可能在不同国家面临知识产权侵权风险，商家难以全面把握每件商品的侵权风险。即便跨境企业在其本国就所销售的产品享有合法的知识产权，也无法确保其在产品所销售到的国家拥有合法的知识产权。如基于中国“申请在先”制度获准的商标，在实行“使用在先”制度的美国，可能因他人更早使用而被认定为无效或侵权。此外，一项知识产权需依据特定国家或地区的法律申请、审查，方能获得该地的保护。在中国注册的外观设计专利，若未在美国申请，则商品销往美国被侵权，无法获得当地保护。跨境电商企业往往只了解其所在国家的法律，对商品出口国的法律了解不足，导致其面临较高的知识产权保护与侵权风险。

3.3. 企业合规意识与能力缺失

我国跨境电商企业对产品所涉及的知识产权合规意识与能力不足也是风险来源的主要原因。我国许多跨境电商企业，尤其是中小微企业，尚未将知识产权视为资源基础观所强调的核心战略资源[8]。具体表现为：一是未建立知识产权检索与预警机制，多数电商企业在产品研发或上架前没有进行“自由实施”(FTO)检索便将产品盲目上线，且在上架后没有持续监控竞争对手的专利布局与市场侵权动态，主动收集分析高风险专利和商标信息，并提前采取预防措施；二是知识产权布局滞后，体现为仅在国内注册商标、专利，未同步在主要海外市场完成布局，导致产品出海后被抢注，或仅对基础专利或主要商标进

行布局，不能起到较好的防御作用；三是合规流程缺失，从产品开发、材料采购到营销售后，没有进行全流程风险控制，如产品研发记录留存，采购时供应商的权属证明以及营销时文案审核；四是专业人员的缺失，中小企业普遍缺失知识产权专业人员，致使企业在面临侵权诉讼时，不能正确处理。此外，由于我国知识产权保护意识起步较晚，国内企业普遍无规避他人知识产权权利意识，甚至有些企业为了节省研发成本，加快产品上市速度，直接对热度较高的产品进行模仿并制造，导致了大量侵权行为的产生，损害了我国商品的名誉。

3.4. 行业预警与互助机制缺位

当前我国跨境电商企业在应对海外知识产权风险时，正面临显著的集体行动困境。根据奥尔森的集体行动理论，公共物品的供给常因个体“搭便车”动机而陷入不足[9]。构建一个覆盖主要目标市场的动态知识产权风险数据库，本质上属于行业公共物品，具有非排他性和非竞争性。然而，由于缺乏强有力行业协会或专业机构牵头，单个企业既无动力也无能力独立承担高昂的建设与维护成本，却普遍希望从他人投入中获益，导致行业整体陷入“信息荒”。企业只能转而依赖零散的社交群组、服务商推销或自身经验，而这些信息源往往准确性低、时效性差，无法形成有效的事前预警。当行业面临系统性诉讼攻击时，单个企业尤其是中小企业往往选择各自为战，而非采取集体谈判或联合应诉等协同策略。一方面，组织集体行动需要协调多方利益、承担组织成本，在缺乏权威中介的情况下难以实现；另一方面，个体企业普遍存在“搭便车”心理，希望他人承担应诉成本与风险，而自己坐享诉讼成果或和解红利。在跨国电商知识产权诉讼场域中，维权方通常是具备强大信息、法律与资本资源的专业化机构，而中小电商经营者则力量分散、资源匮乏、应对能力薄弱。这不仅推高了单个企业的应诉成本，也因其案件标的额较小，难以吸引优质法律服务，最终往往被迫接受不利和解或缺席败诉。

此外，从资源利用效率看，集体行动困境也导致了显著的社会成本浪费。成千上万家电商企业为同类知识产权风险各自重复支付检索费用，却因信息检索能力有限或成本约束，难以获得可靠的分析结果，无法从根源上规避侵权风险。以美国“平衡车 377 调查案”为例，产自中国的平衡车通过电商平台销售时遭遇批量专利维权[10]。第一起调查案为美国平衡车企业锐哲公司以侵犯其“陈星专利”为由向美国国际贸易委员会请求普遍排除令，使所有相关平衡车产品不论来源、产地、进口商、销售商等，一律不得进入美国销售。第二起调查案为纳恩博协同旗下美国赛格威公司主张两项主要针对纳恩博产品所用技术的专利。这两起调查案件均涉及大量被告，面对“377 调查”，多数企业因为诉讼成本、和解金额、应诉能力等原因选择放弃辩护或签署同意令。但杭州骑客公司积极应诉，在纳恩博未将其列入被告的情况下，主动要求加入调查案。在美国飞翰律师事务所的带领下，组织其他被告共同抗辩，调查案以被告胜诉。

4. 立体防控体系的构建路径

4.1. 企业层面：构建全链条风险防控体系

4.1.1. 加强知识产权风险防控意识

在当今全球化贸易竞争加剧的环境中，加强知识产权风险防控意识已成为关乎企业生存与发展的核心战略。企业必须将知识产权战略列入其经营过程的方方面面，才能在激烈的竞争中达到长治久安。首先，企业应当将知识产权风险防控列为公司核心竞争力之一，设立相应的专项年度预算用于相应的知识产权申请、检索、人员培训、外部顾问等费用。其次，企业应将合规意识固化到业务流程中，在关键业务流程中设置相应的知识产权审查环节。一般而言，在研发阶段，应当出具初步的检索分析报告，作为项目可行性评估的一部分；在采购环节，应要求供应商披露相关的专利情况，并在合同中明确知识产权担

保与侵权赔偿条款；在上架环节，营销广告与详情页描述应通过合规审查。最后，应加强对员工知识产权相关知识的培训，了解目标市场所在国家与地区知识产权法律与诉讼政策。

4.1.2. 完善知识产权布局

企业应根据其战略目标、产品和市场，做好知识产权布局包括专利申请的防御性策略和进攻性策略。首先，知识产权布局应具有针对性。布局重点应集中于核心销售市场、主要竞争对手所在地以及潜在制造地，对中小型企业来说，其资源与能力应当优先投入到该地区进行布局，对风险进行最大程度地防控。其次，企业布局应注重策略。单一的商标与专利与一味的防御性策略难以形成有效保护。企业在专利申请布局上可以围绕其核心品牌，在主要商品与服务类别上进行主商标、防御商标的联合注册；围绕核心技术，通过基础专利与外围专利的组合申请，封堵技术路线，提升竞争对手的规避设计难度与侵权风险，从而在潜在纠纷中占据有利地位。此外，企业应当变被动为主动，对于目标市场上构成竞争的专利，若发现其权利存在瑕疵，在确定自身专利内容未落入其保护范围内，可以主动提起确认其权利无效，该举措可以排除专利的潜在威胁，且确认专利的稳定性，提升自身专利价值。

4.1.3. 做好 FTO 分析与应对策略

FTO 分析作为产品进入目标市场的准备，在面临潜在的专利纠纷时，可以作为证据，很快对外提供，以应对竞争对手可能提出的禁令，并且帮助公司在专利侵权诉讼中防御故意侵权的指控、减少因故意侵权而面临巨额赔偿的风险[11]。为了最大程度上损失，企业应当在产品研发阶段进行初步检索，以排除具有明显的侵权风险并引导研发方向。在产品上市前，需进行详细的全面检索，对于中小企业来说，其在资源与能力有限的情况下，可仅针对目标市场的重点竞争对手进行分析，保证分析的可靠程度和产品、目标市场的规模相适应。经过 FTO 分析，若检索出高风险专利，企业应评估其权利稳定性，并准备好规避设计、许可谈判或提起无效等预案。以高风险外观专利为例，企业既可以通过修改产品的局部设计以形成明显区别，也可以与专利权人磋商评估获得低成本许可的可能性，或者提前收集在先公开证据，在遭遇诉讼时启动无效程序。

4.2. 行业层面：组建知识产权协同制度

4.2.1. 构建行业海外知识产权预警

中小型企业独立建立完备、高效、可持续的知识产权预警体系，在经济、可行性和有效性上存在巨大的挑战。在行业层面设立知识产权预警体系，通过规模效应与资源聚合，克服单个企业在语境中面临成本、能力、视野难题，可以避免单个互不连通的企业重复投入所造成的资源浪费。当前，我国已经存在由地方政府主导的公共服务模式的行业预警，地方政府围绕本地重点产业，设立专项资金，委托专业机构开展专利导航与风险分析。但现有服务多依赖项目制或试点，未能普惠地覆盖海量中小微企业，且预警信息分散在各个政府部门、行业协会等渠道，信息过于碎片化，未形成一个全国统一、整合全球法规、案例、专利数据的国家级、智能化、一站式行业预警平台。此外，当前预警多是对已经发生的诉讼进行分析，对未来技术趋势、潜在专业壁垒、新兴市场变化的前瞻化、常态化的预警仍未形成。未来，应探索具有统一预警标准、集成数据监测、风险分析、咨询功能且可持续运营的行业预警平台的建设。

4.2.2. 行业联合应对知识产权诉讼

中国跨境电商企业面临的海外知识产权纠纷往往面临诉讼成本高昂、诉讼能力不足的困境，对于单一的企业来讲，积极应对诉讼较为困难。面对海外市场“行业联盟”的知识产权竞争手段，中国企业只有结成联盟，共同进军海外市场，抵御知识产权风险，才能最大程度保护我国国家利益和企业自身权益[12]。当多家会员企业同时遭遇同一权利主体的恶意诉讼或平台投诉时，行业联盟应迅速启动应急程序，

组织联合应诉。通过统一聘请顶尖国际律所、共享应诉策略与证据、分摊高昂的律师费和专家费，可极大提升抗辩专业性与成本效益。其次，对于业界公认的、严重阻碍行业发展的低质量“专利地雷”，联盟可代表行业集体发起专利无效宣告挑战，从源头清除威胁。此外，联盟可建立共享专家库和典型胜诉案例库来整合资源，为涉案企业提供智力和经验支持，形成可持续的集体防御能力。此外，为破解集体行动中部分企业妄图“搭便车”的困境，可以通过降低海外知识产权防护联盟准入门槛，并给予积极参与集体知识产权防护应对的企业给予内部预警数据、更低的保险金额等激励方式促使更多的企业共同抵御海外知识产权风险。

4.2.3. 设立行业性知识产权海外侵权责任保险

高昂的维权成本与诉讼结果的不确定性是跨境电商企业对海外知识产权诉讼消极应对的主要原因，引入保险这一金融工具进行风险分散，是破解该困局的市场化良方。行业组织可通过积极与保险机构合作，牵头设计并推广针对跨境电商场景的“海外知识产权侵权责任保险”。行业联盟的集体议价有助于降低保费，而其掌握的行业风险数据则能帮助保险公司更精准地定价。保险产品应当覆盖被保险人因非故意侵权而在海外面临的诉讼抗辩费用、和解金或损害赔偿金。此外，可以探索建立“保险 + 服务”的模式，即投保企业不仅能获得资金保障，还能自动接入联盟的法律顾问、预警平台等专业服务网络，形成“风险保障 - 专业支持”的闭环。通过该种机制，可将不可预见的严峻法律风险，转化为可预算、可管理的固定财务成本，为中小型跨国电商企业，提供出海闯荡的保障。

5. 结语

我国跨境电商知识产权防控是一项需多方协同的系统工程。其核心在于构建一个由“企业微观自律”与“行业宏观共济”相结合的立体化防控体系。企业作为风险应对的第一责任主体，必须彻底转变观念，将知识产权管理从成本中心提升至战略资产的高度，通过建立全流程合规内控、实施精准的前瞻性布局以及系统化开展 FTO 分析来筑牢自身防火墙。

然而，单一企业，尤其是中小微企业，在面对全球性、系统性风险时存在天然的能力与资源短板。因此，行业层面的协同互补至关重要。通过建设智能化、普惠性的行业预警信息中枢，能够解决企业“信息孤岛”困境；通过建立实体化的行业联盟与集体应诉机制，能够改变企业在国际纠纷中的不对称弱势地位；通过探索设立行业性知识产权保险，则能以市场化手段分散维权风险，为中小企业提供坚实的保障。最终，唯有企业主动夯实内功与行业集体构建防御生态双管齐下，形成有效联动，才能系统性扭转我国跨境电商在海外知识产权纠纷中的被动局面，保障其在国际化征程中实现可持续、高质量的发展。

基金项目

江苏省教育厅哲社一般项目“高校专利分级指标体系构建研究”(2020SJA2070)。

参考文献

- [1] 中国知识产权研究会 国家海外知识产权纠纷应对指导中心. 2024 年度中国企业海外知识产权纠纷调查[R/OL]. <http://files.cnips.org.cn/upload/file/JFDC2025.pdf>, 2025-12-08.
- [2] 黄栋, 王娟娟. “一带一路”背景下企业创新国际化中的海外知识产权保护[J]. 企业经济, 2023, 42(5): 18-29.
- [3] 屈幸. 跨境电商知识产权保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林财经大学, 2019.
- [4] 关永红. 跨境电商商标侵权风险识别与提升应对能力对策探析[J]. 中华商标, 2025(10): 65-68.
- [5] 蔡玉龙. 非专利实施主体恶意诉讼规制问题研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2018.
- [6] 陈喆, 解丽敏. 《中美经贸协议》“通知-删除”规则与中国网络版权立法回应[J]. 中国海商法研究, 2021, 32(3): 105-112.

- [7] 暗礁中突围：跨境企业的知识产权维权困境[EB/OL]. 法治日报·法治周末官网.
http://m.legalweekly.cn/fzzg/2025-04/24/content_9172360.html, 2025-12-08.
- [8] Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- [9] 曼瑟尔·奥尔森. 集体行动的逻辑[M]. 陈郁, 郭宇峰, 李崇新, 译. 上海: 上海人民出版社, 1995.
- [10] 面对美国“337 调查”平衡车何以接连胜诉[EB/OL]. 中新网.
<https://www.chinanews.com/cj/2017/09-04/8321664.shtml>, 2025-12-09.
- [11] 通力律师, 通方法评. 知产观点|中国企业出海美国的知识产权纠纷及其应对策略简述[EB/OL]. 2025-02-21.
https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA3ODA5MzI3Mw==&mid=2650293025&idx=1&sn=60f2d5002f5ebc2cbd287cc21b9f147a&chksm=867fb1b582bceb9f08b470bec8fb28500c9a8be91af7a0dd92266d6b7845c0ac9258fb324b68#rd, 2025-12-09.
- [12] 金明浩. 中国企业海外知识产权纠纷应对机制分析[J]. 湖北社会科学, 2018(2): 169-177.