

新闻中心 > 万慧达荣誉

万慧达知识产权荣登“2026 ALB China 知识产权业务”榜单

日期：2026.05.20

@Wanhuida Intellectual Property

www.wanhuida.com

Expertise Makes It
Possible

Expertise Makes It Possible

万慧达知识产权荣登“2026 ALB China 知识产权业务”榜单

新闻中心 > 万慧达荣誉

2026年5月20日，汤森路透旗下国际知名法律媒体《亚洲法律杂志》(ALB) 揭晓了“2026 ALB China 知识产权业务排名”榜单。

万慧达知识产权凭借在知识产权领域的突出竞争力和专业影响力，连续多年荣登榜单，在中国区著作权/商标板块位列第一梯队、专利板块位列第二梯队。

《亚洲法律杂志》(ALB) 是汤森路透旗下的尖端法律杂志，在全球法律界具有相当的影响力，其提供的法律资讯和专业评选在行业内备受瞩目。2026 ALB China 知识产权业务排名延续了对中国知识产权法律服务市场的细分观察。排名分为专利和商标/著作权两个部分，并进一步划分不同梯队。其中，专利排名共有58家律所上榜，分布于五个梯队；商标/著作权排名共有68家律所上榜，分布于四个梯队。

在接受ALB记者采访时，朱志刚律师就过去一年中国知识产权行业政策与司法层面的变化、市场趋势与业务亮点、新业务方向与新挑战进行了分享。

1、整个知识产权体系的高质量转型

朱律师举例道，过去几年商标注册量下降近一半，专利授权也在收紧，法院案件总量从高峰回落并趋于稳定，都在“系统性地去泡沫”。

服务供给端也在同步进化。万慧达知识产权（以下简称“万慧达”）在2025至2026年度处理知识产权诉讼1534件，商标申请超8.3万件，专利申请超6000件。在竞争日趋激烈的知识产权服务市场，如何在规模化服务中保持复杂案件质量，成为头部机构必须回答的问题。朱律师将其归因于公司化管理。他指出，万慧达的案件分级管理和团队专业化配置均建立在公司化管理基础之上，使律所能够对每一个案件进行科学资源调度，“让最擅长的人做最擅长的事”。

“另一方面是在专业深度上的持续投入。万慧达的合伙人和资深律师长期关注知识产权领域的前沿问题，例如商标法修订、惩罚性赔偿适用、AI与数据权属、商业秘密保护等议题……这种对趋势的敏感度和参与度使我们在为客户服务时更具前瞻性。”

2、通过复杂案件推动司法实践创新

万慧达近年参与的New Balance诉新百伦领跑商标侵权案，正是惩罚性赔偿领域的代表性案件。该案最终判赔5890万元，是近年来商标侵权惩罚性赔偿领域的标杆判决之一。朱律师特别指出，该案终审判决于2024年底，早于2026年5月生效的惩罚性赔偿新司法解释。“回头来看，我们在这个案件中的很多实践思路，与新司法解释最终确立的规则方向是高度吻合的。”

例如在举证策略上，该案最大难点是被告拒绝披露财务数据。万慧达团队通过公证取证获取被告在招商大会和投资宣讲中自行公布的销售数据，再结合最高法院此前生效判决确认的利润率数据，形成法院可以直接采纳的计算基础。

在“故意”认定方面，团队也作出关键技术处理，将惩罚性赔偿起算时间精确设定在此前关联诉讼的一审判决之后。被告在已经被判决确认侵权的情况下仍持续、扩大侵权行为，其主观故意在事实层面已具有高度可证明性。“新百伦案的意义因此不仅在于判赔金额，更在于验证了一套系统化的惩罚性赔偿举证方法。”

3、以最有效、最可控的方式解决商业问题

朱律师对此有一个清晰判断：“知识产权维权的终点不是拿到一纸判决，而是解决客户的商业问题。”这一认知

日期：2026.05.20

新闻中心 > 万慧达荣誉

决定了万慧达处理案件的整体方式。以某包装装潢抄袭场景为例，客户市场团队发现竞品存在明显仿冒，希望尽快让对方产品下架。如果走常规民事诉讼路径，从立案到判决往往需要一年甚至更长时间，显然滞后于商业节奏。万慧达通常会设计组合策略，先通过面呈警告函向对方施加直接压力，同时启动行政投诉并在执法层面持续跟进，必要时叠加诉讼作为长期威慑。“多条路径并行推进，目标是让侵权产品在最短时间内从市场上消失。”

4、AI与数据将重塑知识产权法律服务

朱律师指出，2025年全国法院审结数据权属和交易纠纷908件，同比增长超过25%。AI生成内容是否构成著作权法意义上的作品、平台责任边界、商业使用者注意义务等问题已陆续进入裁判阶段。最高法院2026至2030年的五年方案也将AI和数据列为重点领域。他认为：对于涉及AI技术或数据资产的企业而言，现在正是建立内部合规框架的关键窗口期。

朱律师也强调，未来万慧达将借助常年服务跨国企业的成熟经验，深化对接中国企业出海过程中的知识产权需求。“中国企业在海外确权维权时常面临法域差异、文化差异、资源不透明和预算不可控等问题，他们需要的不只是一个海外执行团队，而是一个能够站在企业立场上，为其甄别优劣、权衡利弊、协助作出精准判断的可靠智囊……服务国际品牌让我们拥有了全球视野和资源网络，我们会把这些积累真正为本土企业所用，服务好中国企业出海。”

