



服务平台

青岛再添 8 件中国驰名商标

本报讯 山东青岛市工商局近日发布消息,青岛大力实施商标战略,助推品牌经济强市建设又出新成果:青岛琅琊台、华仁等 8 件商标近日再获国家工商总局中国驰名商标认定。至此,青岛共有行政认定中国驰名商标 42 件、省著名商标 271 件、市著名商标 265 件,各类驰名商标数量位居全国同类城市前列。目前,全市驰著名商标企业年经济总量已达 4708 亿元,增长 13%,占全市规模以上工业企业营业收入比重超过 46%。

随着各级政府和相关部门商标战略意识的逐步提升,全市“企业主体、市场导向、工商指导、政府推动、社会参与”的商标工作机制日益完善,商标品牌对于企业转型发展、城市经济发展方式加快转变以及城市名牌进一步走向世界的推动作用日益突出。截至目前,全市通过马德里商标国际注册体系注册商标 131 件。

(尚武)

长沙海关十措施促外贸

本报讯 记者近日从长沙海关获悉,长沙海关新近制定了十项措施,支持湖南进一步扩大开放,改变湖南外贸短腿和落后局面。

长沙海关副关长熊松海透露,长沙海关目前制定的《支持湖南进一步扩大开放十项措施》,全力支持海关特殊监管区域建设,为承接产业转移、加快发展加工贸易搭建平台。并积极鼓励和支持湖南承接高新技术、高附加值产业。大力促进郴州出口加工区和金霞保税物流中心健康发展,充分发挥其在承接产业转移、发展加工贸易中的典型示范和辐射带动作用;同时加快海关机构筹建进程,完善海关机构布局,为地方进一步扩大对外开放提供便利,进一步加快长沙金霞海关、张家界海关的筹备、验收工作,争取早日对外开办业务。

(邓蓉)

知识小看板

我国作品著作权在国外受到侵害应该如何应对?

著作权所有人,可以根据自己的实际情况和侵权纠纷案件的具体情况,采取以下办法:

一、在我国境内,向外国侵权者发出要求停止侵权、赔偿损失的通知。通知可以用书面的形式,也可以用口头的形式。通知的内容包括:向侵权者严正声明自己对被使用的作品享有著作权;要求侵权者提供被使用作品的详细情况;要求侵权者立即停止侵权行为;要求侵权者赔偿因侵权行为带来的损失;申明自己保留起诉的权利。通知可以直接发给侵权人,也可以通过有关著作权代理机构或有关外国出版单位转达,或者通过其他途径转达。

二、通过调节或其他有效方式解决纠纷。只要外国侵权者愿意接受任何方式的调解,我国的著作权人就应当选择调解的途径解决纠纷。

三、可以向有管辖权的有关外国法院提交书面诉讼状,控告侵权者的不法行为,要求维护权利人的合法权益。

高端白酒逢节必涨

酒企对发改委“约谈”不买账

■ 本报记者 张莉

9月16日,国家发改委价格司、经贸司、价监局共同召开白酒价格座谈会,约谈了茅台酒厂、五粮液、苏酒、泸州老窖、古井贡酒五家白酒企业,要求企业“稳定价格、不能再出现涨价现象”。随后,中国酿酒工业协会发布倡议书,针对茅台等高端白酒明确提出“不凭借企业的垄断地位随意涨价、牟取暴利”。

然而就在约谈结束后仅10天,茅台价格再次上涨200元。白酒行业再一次奉行了“逢节必涨”的规则,这不仅使发改委有些下不来台。

茅台逆市涨价

早在今年3月,发改委就曾约谈中国酒类流通协会及茅台等酒业巨头,要求维持白酒行业价格稳定。但从实际情况看,白酒价格一涨再涨,去年年底,“53度飞天茅台”的终端售价达到900元左右,今年6月,其柜台售价达到1380元左右,到今年9月,“53度飞天茅台”的标价已达1680元左右,是其出厂价的近3倍。有网友不禁感叹“人类已经无法阻止茅台涨价了”。

贵州茅台股份公司副总经理杜光义曾表示,茅台集团要求经销商严格执行限价令,称目前飞天茅台酒在各地零售价格都有所上涨的现象纯属市场行为。

对外经济贸易大学中国竞争政策研究中心研究员兰磊认为,高端白酒企业要打造自己的高端形象,除了要改进产品、提升品质外,提价也可以让高端形象更突出,价格的差距通常被认为是档次的差距。因此企业有动力跟风涨价,以与其他品牌拉开

档次。而随着百姓收入的提高、收藏资金的进入和商务政务交往的频繁,高端白酒的需求量不但没有下降,甚至呈现出上升的趋势。在这种形势下,虽然有部分消费者被迫转向其它替代品,但有更多的人加入到消费人群之中。因此,高端白酒的轮番涨价是市场供求关系决定的。

但据市场人士估计,每年只有约20%的茅台酒进入了大众消费市场,剩余八成茅台酒主要用于单位招待、送礼等人情消费。

知名财经评论人叶檀曾表示:“中国高端白酒一飞冲天,这不是内需之福,而是腐败之祸。”他说,不管茅台的价格如何上涨,永远供不应求,因为茅台的主要消费对象将这种酒视为“身份的标志”,反映了“中国消费经济的畸形以及奢侈品供应公务化的现象”。

面对节节高涨的高端白酒价格,有专家建议,若想让茅台这类高端白酒不涨价甚至降价,最好的策略是:控制公款消费。如果明文规定公款吃喝不得消费茅台,违规者予以严惩,相信茅台这类高端白酒也不会有这么大的市场,久而久之,其价格自然回归正常。

约谈没有法律依据

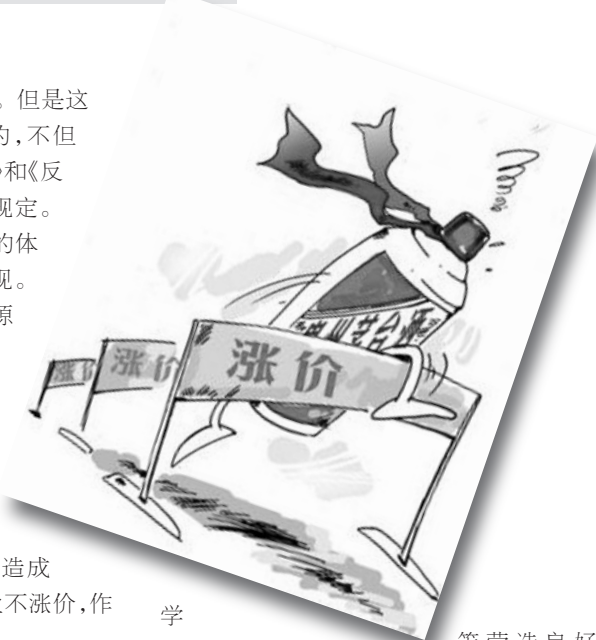
多位行业人士都认为,发改委约谈无法改变白酒市场的基本态势,只不过换来又一番“暂缓提价”。

从早先的食用油、日化品,到如今的白酒,发改委一约谈哪一类的行业,哪一类的商品势必必要涨价,即便今天不涨,明天也得涨,以至于人们怀疑,到底“约谈”对企业有没有约束力?

兰磊告诉记者,“约谈”顾名思义是指约见面谈,近几年来日益成为国家有关部

门频繁使用的稳定物价的手段。但是这种手段是没有任何法律依据的,不但《行政法》上没有规定,《价格法》和《反垄断法》等专门法律中也没有规定。“约谈”更多地是一种权力意识的体现,是政府干涉市场活动的表现。在市场经济体制下,市场是资源配置的首要手段,政府的资源配置作用仅限于个别领域。发改委通过约谈要求企业不涨价纵然有稳定物价的目的追求,但要求企业不涨价显然无助于达到稳定物价的目的。通胀是整个经济大环境造成的,要求几家企业或者几个行业不涨价,作用显然杯水车薪。

中国社会科学院法学研究所经济法室研究员金善明也向记者表示,白酒限价倡议书理论上充其量是行政指导,不具有行政强制力。但由于中国特殊的政经体制,行政机关参与发布的倡议书往往在民众心里形成了公权力下的“拘束力”幻影,但缺乏实际的执行力。应该说,无论是口头通知还是书面倡议,发改委的初衷是好的。但在市场经济运行过程中,政府应做好制定好规则和通过规则认真监督市场运行这两件事。可见,依法行政是对市场经济建设最好的回应,也是建设市场经济的必然要求,政府应在法治的范畴内规范、引导市场经济的发展。同时,政府介入市场,更应尊重客观的经济规律,针对不同的经济现象采取不同的政策措施,但应尽量减少、杜绝行政干预的出现。政府的角色不是“头痛医头、脚痛医脚”的江湖郎中,其在经济决策中应体现前瞻性和科



学性,应通过运用财政、货币等经济政策的宏观经济环境,明确市场竞争规则,确保市场主体在经营过程中“有法可依”、“违法必究”,从而做到“该出手时就出手”而非“苦口婆心”式的说教。

兰磊向记者表示,约束力从来都是体现在实效上,而非规定之上。理论上具有有效力的法律规定如果不被执行也无法产生约束力,相反,一些于法无据的权力行使行为在现实环境下往往能产生效果。在政府与市场的边界划分尚不清晰的今天,企业的很多行为无疑都受到权力的制约,即便是于法无据的权力行使,企业也不可能置若罔闻。“约谈”的作用不过是将涨价时间延后,五粮液在今年年初与发改委约谈之后推迟半年多提价就是证明,尽管其最后仍然提价了,但在当前的市场环境下它有充分的理由再次提价,推迟提价已经算是给足了发改委面子。

节能车补贴新政 10月起实施

本报讯 实施了一年有余的节能汽车门槛将提高。近日,财政部、国家发改委、工信部联合下发通知称,从10月1日起调整并实施新的节能汽车补贴政策,相较于现行政策,新政中百公里平均油耗从6.9升降低到6.3升,补贴标准仍维持一次性3000元/辆的定额补助不变。

去年6月,国家发改委、工信部、财政部联合启动一项节能汽车推广计划,旨在推进节能减排的战略。为此,财政部投入了120亿元专项资

金。按照每辆节能汽车补贴3000元的标准计算,从去年6月到今年5月底的一年时间里,相关部门已经使用了75.3亿元专项资金。

对这项即将“拔高”的节能汽车补贴政策,业界专家表示,执行新的补贴标准后,国产车型中约有80%至90%的1.6升以下小排量车达不到新的节能汽车燃油消耗标准,尤其是自主品牌车型很受影响。

(许爱琴)

法眼透视

签订合同时要注意合同的相对性问题

■ 宋崇宇

答:你公司的问题实际上是关于诉讼主体的选择。一般而言,在合同纠纷之诉中,诉讼主体的选择要遵循合同的相对性原则。所谓合同的相对性是指合同主要在特定的当事人之间发生法律效力,只有合同当事人一方能基于合同向对方提出请求或提起诉讼,而不能向与其无合同关系的第三人提出合同上的请求,也不能擅自为第三人设定合同上的义务。如你公司提起诉讼,基础合同只能是你公司与商贸公司签订的买卖合同。就该买卖合同所建立的法律关系而言,商贸公司是合同法律关系的相对方,因此,你公司只能向商贸公司提起诉讼。

但是,合同的相对性在某些情况下也可以被突破。比如基于代位权的行使,或基于委托关系的认定,均可能将“第三人”拉入纠纷和矛盾的中心,从而实现相对性的突破。

《中华人民共和国合同法》第四百零二条规定:“受托人以自己的名义,在委托人的授权范围内与第三人订立的合同,第三人在订立合同时知道受托人与委托人之间的代理关系的,该合同直接约束委托人和第三人,但有确切证据证明该合同只约束

问:我公司一直是通过一家商贸公司签订化工原料买卖合同。商贸公司曾向我公司出具过一份委托书的复印件,证明某石化企业授权他们签订化工原料的买卖合同。由于去年的两笔货物出现了质量问题,而该商贸公司推诿责任,因此我公司准备解除买卖合同并追究其违约责任。我公司现在疑惑的是,合同是和商贸公司签的,那么是否只能向商贸公司提起诉讼?

受托人和第三人的除外。”回到本案,如果你公司希望突破合同的相对性并将石化企业作为被告诉对象,则你公司应证明在签订买卖合同之时,你公司便知石化企业与商贸公司之间是委托和代理的关系。如果委托书能被石化企业认可,则该目标应该可以实现。

但是,如果石化公司不认可委托书的真实性,商贸公司也否认签约当时向你公司告知过该事项,则你公司便属于“签约时不知道委托人和受托人之间代理关系”的情况。《中华人民共和国合同法》第四百零三条规定:“受托人以自己的名义与第三人订立合同时,第三人不知道受托人与委托人之间的代理关系的,受托人因委托人的

原因对第三人不履行义务,受托人应当向第三人披露委托人,第三人因此可以选择受托人或者委托人作为相对人主张其权利,但第三人不得变更选定的相对人。”因此,在这种情况下,你公司可以选择商贸公司或者石化企业作为被告。如选择商贸公司为被告,因为符合合同相对性的基本原则,立案和审理应当没有问题,法院也会按照买卖合同约定的义务考量商贸公司的违约责任。但如果你公司选择石化企业为被告,你公司实际上便失去了向商贸公司主张违约责任的机会。虽然按照前述法律规定也可以立案,但是这样的选择会带来较多的法律风险,比如:首先,如何确定石化企业和商贸公司之间是委托和代理的关

系?如果商贸公司不提供委托书的原件,也不认可委托代理关系,则石化公司很容易否定其委托人的身份;其次,如果针对石化公司的诉讼被驳回,则你公司便彻底失去了司法救济的手段和渠道。

对于本案来说,如果当时在合约上注明商贸公司是代理人身份,同时你公司索要了委托书的原件,则你公司便可以直接起诉石化企业。因此,在签订合同时,一定要注意明确合同签订相对方的真实法律身份。如果相对方有资信也有合同履行能力,则法律风险并不大。但如果相对方并不适合成为诉讼责任承担者,则应当注意留存必要的证据以突破合同的相对性。



律师在线