

潘石屹叫板重庆美全

双方矛盾再升级

■ 本报记者 张 莉

5月14日下午,SOHO中国召开媒体交流会,会上SOHO中国董事长潘石屹指责重庆美全是“小偷”,要求重庆美全22世纪道歉,并公开表示将采取法律手段维权。潘石屹还声明,此次高调维权是对我国建筑设计创新创造能力的保护,并非炒作。

SOHO中国高调维权

事件源起5月10日,当日有网友在微博上称“重庆超炫地标性建筑美全22世纪抄袭北京望京SOHO”。当天下午,SOHO中国CEO张欣连发6条微博,称重庆的这个楼盘,从建筑设计到广告宣传都是抄袭望京SOHO,“山寨得这么彻底,少见”。5月11日,SOHO中国代理律所发出律师函,称美全22世纪建筑的展示及建设行为,已经严重侵犯了望京SOHO所拥有的著作权。

潘石屹指出,望京SOHO招标是在2009年,而美全22世纪这家公司成立的时间是2011年1月份,8月份给政府递进去的图纸,跟望京项目差了两年的时间,“望京SOHO的设计花费了设计方扎哈·哈迪德建筑事务所和SOHO中国大量财力、人力及物力,付出心血却被任意模仿,

非常令人心痛。”

重庆美全反驳指责

“明明是小偷,反倒先开新闻发布会,一点没有认错的意思。”潘石屹在SOHO中国召开的媒体沟通会上气愤地说。

就在SOHO中国召开媒体交流会的同一天上午,重庆美全抢先召开新闻发布会,否认自己在设计上曾抄袭望京SOHO,表示对重庆美全22世纪拥有独立合法的建筑著作权。

重庆美全置业有限公司副总经理姚玉茂表示,以张欣、潘石屹的社会知名度及影响力,在未弄清事情真相的情况下,在社交网络上随意发表与事实不符的言论,严重损害了美全22世纪项目及公司形象,造成了不良的社会影响,将保留对指责的追责权利。

重庆美全认为,美全22世纪属重庆江北海路路商政中心在建地标性建筑,其设计系由泛华重庆设计公司本土建筑师何昕先生主持。何昕表示他建筑设计的灵感源自“鹅卵石”,同时表示美全22世纪这种双曲面流动的建筑在世界各地都有存在,各个立面模糊的形式是设计界当下的一种新风格。

SOHO中国法律顾问中伦律事务

所郝翰对此回应称,“作为任何一个普通的公众,把这两个作品放在一块儿,马上就能分辨出它是不是仿冒的。”

“国内的法律对于建筑作品本身的著作权有明确的规定。相应的类似的判定、案例也有,并且也都支持了这方面著作权人的权利。对建筑作品的著作权保护实际上是对创新、创造力的保护,这种保护在世界各地都已达成共识。”郝瀚表示,“并非不存在和解的可能性,但要看对方态度。经济赔偿方面将会提出一定要求,具体数字未定。”

也有网友并不认同重庆美全22世纪的行为算抄袭。网友“孙明玮 MarkSun”认为,说抄袭站不住脚。“确实很类似,但要说完全抄袭也站不住脚。建筑行业的外观设计、知识产权保护体系在国内还有待完善,最起码建筑外观设计知识产权属于设计师,还是开发商有待确定。”

抄袭得不偿失

北京恒都律师事务所合伙律师张志峰告诉记者,此案的关键在于重庆美全是否构成抄袭。涉嫌侵权作品如果被侵权作品实质性相似且侵权人有接触到被侵权作品的可能,侵权人又不能证明设计系自己独立创作完成,则其行为会被认定

为抄袭。

“通过网上图片比对,美全22世纪与望京SOHO构成实质性相似,如果美全不能证明独立创作完成,的确涉嫌抄袭。应该会被要求赔偿损失,赔礼道歉、消除影响。赔偿金额应不会低于50万元。”张志峰认为,“在房地产行业里,抄袭并不多见,毕竟房地产投入巨大,没有必要冒此风险,损失商誉。国内企业借鉴国外相关建筑风格的行为倒有一些。如五矿惠州公司借鉴奥地利小镇。不过,公有领域的作品完全可以使用,不存在侵权问题。”

张志峰建议,企业应尽量结合周围环境独立创作建筑风格,这是企业发展的长久之计。对自己原创的建筑物设计,企业应该加强著作权保护,进行版权登记,明确权利主体,并坚决打击侵权行为。

对于网上有人指责SOHO中国在利用这一事件炒作,潘石屹回应说:“关于炒作的问题,我们炒作一般的规律都得傍大款,傍个知名度比较高的公司,我觉得SOHO中国没有必要拽着一个像重庆美全22世纪这样的公司不断地炒作。”

本期说法

记者管窥

佛山圣芳诉强生等6企业 索赔1.2亿元

近日,佛山圣芳公司和美国强生公司的“采乐 CAILE”商标之争再起波澜。佛山圣芳公司以强生公司等单位在诉讼中提供伪证为由,向北京市高级人民法院提起侵害财产权诉讼,索赔1.2亿元,该案将于5月31日开庭。

据了解,“采乐 CAILE”商标之争共持续了11年。最初,圣芳公司 and 美国强生公司分别在化妆品和药品上注册了“采乐 CAILE”和“采樂”商标。

自1998年起,强生公司就向国家工商总局商标评审委员会申请撤销圣芳公司枚字号“采乐 CAILE”商标。11年里,商评委曾两次裁决驳回了强生公司的申请,

但又在2005年第三次作出裁决,撤销了圣芳公司“采乐 CAILE”商标的注册。圣芳公司不服商评委的裁决,向法院提起诉讼,该案经过北京市第一中级人民法院、北京市高级人民法院和最高人民法院三级法院的审理,最终在2009年10月由最高人民法院作出终审判决,撤销了商评委的裁定,维持了圣芳公司在化妆品上注册的“采乐 CAILE”商标的有效性。圣芳公司和强生公司“采乐 CAILE”商标之争引发了媒体的大量关注,被誉为“中国品牌第一诉讼”,曾入选最高人民法院2009年十大知识产权案例。

在最高人民法作做出终审判决后不

久,圣芳公司于2010年1月向北京市高级人民法院提起诉讼。圣芳公司起诉的主要理由是强生公司等单位在向商评委提出撤销“采乐”商标申请过程中,提交了伪造的证据,致使商评委作出错误的裁决。

据了解,因强生公司在国内的子公司拒绝签收法院送达的起诉状等文书,本案的所有法律文书由北京市高级人民法院采用涉外送达的方式递送给美国强生公司,为此本案拖延了两年才最终确定于5月31日在北京高院开庭。

据圣芳公司相关负责人介绍,在最高人民法院最终裁决之前,圣芳公司的

产品作为侵权产品被查处,公司投入巨资建设的厂房和设备闲置,前期投入的大量广告费打了水漂,企业声誉受到巨大影响,企业遭受重大损失。因此,此次圣芳公司状告强生公司、西安杨森制药有限公司等六家单位,共计提出1.2亿元的巨额索赔。

据法律界人士介绍,本案是国内第一起民营企业状告跨国公司以知识产权恶意诉讼为手段进行恶性竞争,并导致民营企业遭受重大损失的案件,也是索赔额最高的案件。此案的最终裁决结果,对于推动中国企业在保护知识产权方面的探索具有标杆意义。(舒 畅)

广药收回“王老吉” 品牌运作能力遭质疑

■ 本报记者 张 莉

近日,有“中国商标第一案”之称的王老吉商标之争终于有了定论。广药集团宣布收回王老吉商标使用权。但对于广药集团能否运作好这个千亿品牌,网友们表示质疑。新浪微博发起的一则投票调查显示,逾六成网友认为广药集团无法运作好王老吉。

失去“王老吉”的加多宝和失去加多宝运营的“王老吉”今后的路将如何前行,一时成为公众关注的热点。

广药做足准备快速发展

日前,广药集团在其官网发布了一则“重要启事”,称公司根据中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁裁决,收回鸿道(集团)有限公司红色罐装及红色瓶装王老吉凉茶的生产经营权。公司同时认为,这一仲裁结果必将对防止国有资产流失,对进一步促进国有资产保值增值有着积极和深远的意义。

有品牌营销专家表示,王老吉品牌的成功主要得益于加多宝的定位包装和渠道营销,而这些核心运作来自加多宝的经营团队。少了来自加多宝的核心运作团队与市场渠道,广药难以成功运营“王老吉”。

也有业内分析师表示,广药是否能运作好“王老吉”,关键在于将由谁来“操盘”,以及未来广药是选择自营还是与其他企业合作。

据悉,广药集团5月10日发布急聘公告称,其全资子公司广州王老吉大健康产

业有限公司紧急招聘3000名“快消人才”,似为红罐王老吉销售作准备。对于广药集团会推出红罐王老吉的传闻,广药市场策划部部长倪伊东解释称,“我曾对媒体说过,广药收回商标后有权推出红罐王老吉。但是,具体什么时候推出,如何打入市场都还没有定下来。”

倪伊东表示,广药集团今后将通过合资、合作、授权等多种经营策略,继续扩大推行“品牌输出”的经营模式,使“王老吉”品牌向药酒、药妆、保健品、食品、运动器械等多个领域扩张。

业内人士分析,广药集团未来将依托“王老吉”品牌资源,在王老吉凉茶基础上进军“大健康产业”。

加多宝开始产品品牌过渡

记者在多家超市里看到,红罐王老吉凉茶的包装上,一面是“王老吉”字样,一面打着同样大小的“加多宝”字样。据了解,自去年年底,加多宝就开始“去王老吉化”。3月份起,红罐王老吉最新的广告宣传语由“怕上火喝王老吉”变成“正宗凉茶,加多宝出品”。从2012年开始,加多宝收缩渠道,调低销售预期。

业界认为,加多宝此举是为了弱化王老吉商标,强化“加多宝”品牌。

而加多宝在3月发布的换装声明中表示,加多宝经过不懈努力与科技创新,将凉茶及凉茶文化从岭南一隅推广至全国。因市面上出现诸多厂家使用“王老吉”商标生产不同的产品的情况,公司已从2011年年底启用新设计的产品包装,

以使广大消费者正确识别加多宝出品的正宗凉茶,保护正宗凉茶的单一性与纯正性。

身为南方人的陈小姐喝凉茶已经很多年了,她告诉记者:“以后我还是会喝加多宝的凉茶,毕竟喝了这么多年他家生产的王老吉,品质还是有保证的。”但记者走访了几家大型超市后了解到,像陈小姐这样知道红罐、绿盒包装的王老吉凉茶实属两家公司出品的消费者并不多,“其实大多数消费者并不了解红罐王老吉加上‘加多宝’字样有什么含义,顾客只是知道‘怕上火就喝王老吉’。”北京京客隆酒仙桥店的销售人员这样告诉记者。

有专家认为,加多宝能否逆转败局,还是要看能否再做出像当年“怕上火喝王老吉”一样成功的营销案例。

加多宝或承担巨额赔偿

有业内人士指出,本次裁决结果对加多宝十分不利。失去王老吉商标使用权后,加多宝除了要在竞争激烈的凉茶饮料市场“从头开始”打造自有品牌,还可能面临巨额的商标使用费补偿。

“凡是没有经过广药授权使用王老吉商标的行为都是侵权行为。”倪伊东曾明确表示,2010年5月2日以后加多宝生产销售的王老吉均属侵权产品,广药将保留向加多宝追讨损失的权利,集团会聘请会计事务所对王老吉的销售进行评估,目前无法透露具体数额。

据记者了解,从2000年至2011年,鸿道付给广药的商标使用费仅从450万元增



加到506万元,而按照国际惯例,商标使用费应该是销售额的5%,按加多宝2010年160亿元的红罐王老吉销售额计算,应付广药8亿元;即使按广药租给其他合作伙伴如广粮集团等商标使用费以销售额的2.3%至3%计算,加多宝也应付3.68亿元至4.8亿元。

虽然面临巨额索赔,但有专家预测,失去“王老吉”的加多宝将新的凉茶品牌迅速捧红也不是没有可能。加多宝是一个具有行业经验的品牌,其在多年里形成了比较健全的销售队伍、渠道网络、供应链以及灵活的市场和营销决策。尤其在销售渠道终端的优势,广药在短时期内没法赶超。加多宝熟知凉茶市场化运作手法,今后也许会形成和凉茶诸多品牌齐头并进的局面。

法律干线

中国期待美放宽 对华高新产品出口管制

本报讯 商务部新闻发言人沈丹阳日前在例会上表示,在第四轮中美战略与经济对话上,美就放宽对华出口管制问题作出的三项承诺释放了一定的积极信号,但迄今为止,仍未看到美方做出任实质性举动。

关于美方放宽对华出口管制问题,沈丹阳表示,之前,商务部部长陈德铭比喻道,美方在这个问题上给人的感觉,是“只听楼梯响,不见人下来”,有一段时间甚至“连楼梯都不响了”。这一段时间,我们好像又听到“楼梯响了”。因为在第四轮中美战略与经济对话上,美方就放宽对华出口管制问题作出了三项承诺:一是承诺促进高技术对华民用出口;二是鼓励中国企业申请经验证最终用户;三是出口管制体系改革将会促进对华出口。

“应该说这三项承诺释放了一定的积极信号。目前,我们还没看到美方有什么实质性的举动。希望美方能够言行一致,说到做到,但愿这回我们不仅能够‘听到楼梯响’而且也能‘见到人下来’。”沈丹阳表示。(王 哲)

知识产权质押 助科技型中小企业融资

本报讯 近日,国务院办公厅转发国家知识产权局、科技部等十部门联合制定的《关于加强战略性新兴产业知识产权工作若干意见的通知》,提出要促进知识产权市场应用,推动战略性新兴产业实现知识产权价值。

据了解,在科技部、国家知识产权局的推动下,目前国内不少地区均开展了针对科技型中小企业的知识产权质押融资业务,较为突出的有北京、上海、天津、杭州、湘潭、佛山、无锡等城市。国家知识产权局有关统计数据显示,2011年我国专利、商标、版权实现质押金额超过200亿元。

“知识产权质押贷款的开展为拥有专利等无形资产但缺乏固定资产的高科技企业获取银行贷款提供了渠道,很多高科技企业通过知识产权质押贷款方式获得银行资金支持,解决了企业发展过程中的资金难题,有效促进了科技成果的转化和产业化。”中国科学技术发展战略研究院科技投资所副研究员李希义表示。(刘 杰)

第三批肉菜流通追溯体系 试点审批开始

本报讯 日前,国家商务部、财政部召开第三批肉菜流通追溯体系建设试点申报专家评审会,对申报第三批试点的25个地级以上城市申报材料进行了评审。知情人士透露,此次将选出12-15个试点城市,数量上略多于前两批的试点城市,使得各界对肉菜流通追溯体系的期待再度升温。

2010年,商务部、财政部分两批支持了20个城市开展肉类蔬菜流通追溯体系建设试点。据商务部市场秩序司的相关人士介绍,每批试点城市将有4亿元的专项补贴,按照中央财政与地方财政1:1的补贴比例,约有16亿元的财政资金用于城市肉菜流通追溯管理平台建设,配备必要的电子结算、电子秤、信息采集及传输等硬件设备。(张 纪)

多项税收政策 力挺流通产业

本报讯 权威人士透露,多个部门和地方政府参加的全国流通工作大会将于5月底、6月初召开。

此次会议有望出台深化流通体制改革、加快流通产业发展的有关文件,核心内容是增加税收支持、降低流通环节税费、增加公共财政对流通领域中如摊位、仓储建设等的资金支持。

有关人士认为,税收方面,主要是对农产品批发市场减免房产税、城镇土地使用税。同时,选择若干种与老百姓餐桌密切相关的鲜活农产品,对其免征流通环节的增值税;降低农产品流通过费用,加快物流行业营业税改征增值税试点,使物流行业中的运输、仓储、代理、配送等各环节的税率统一,并实行按差额征税,消除重复征税,降低税收负担。(许晨华)