

编者按:一段时期以来,中国企业在境外展会上常被视为重点“调查对象”,甚至有的全球知名企业雇佣专利管理公司在展会现场对中国参展企业进行筛查,一旦发现有人抄袭或仿冒展品,便向当地法院申请临时禁令保护,迅速将中国企业的展台封掉,并限制其继续展出。

正因如此,中国企业曾一时“名声大震”。2007年,在汉诺威消费电子、信息及通信博览会(CeBIT)上,多家中国企业的MP3产品被查抄。而近年来,中国企业开始使用法律武器保护自己的权益,并在境外展会现场上演维权“秀”。



展会维权升级 中国企业主动捍卫尊严

■ 本报记者 周春雨 叶灵燕

近期,国内外媒体关于中国的展会侵权报道明显减少。 尽管中国企业出境参展频率增加,但是侵权现象却很少发生。4月27日,2012德国汉诺威工业博览会(以下简称汉诺威工博会)落下帷幕。中国作为本届汉诺威工博会的伙伴国,参展规模达9000平方米,几乎没有媒体报道中国企业存在侵权问题。

德国海关最新统计数据显示,今年一季度,2012年德国法兰克福国际纸制品、办公用品展览会和2012年德国法兰克福国际圣诞礼品展览会的侵权事件数量下降了40%,降幅明显。

长期组织出境展的北方国际展览有限公司林立在接受《中国贸易报》记者采访时表示,在境外展中,中国企业的侵权行为尽管还有,但已明显减少了。

上海大邦律师事务所博士、合伙人律师乔文豹认为,这是非常好的信号,表明中国企业已非常清楚侵权将会导致什么后果。

随着参加海内外知名展会频率的增加、法律意识的提高、自身实力的增强,中国企业也慢慢学会了使用法律武器维权。

维权意识提升

5月16日,上海市律师协会会展业务研究委员会举办的“会展领域法律规则的构建与完善”讲座吸引了70多位上海职业律师到场。这似乎表明,展会的维权问题引起了律师们的注意。

上海华东师范大学会展学院顾问、兼职教授施振中在接受《中国贸易报》记者专访时表示,随着会展经济的发展,大型国际展会成为中国对外贸易交流、展示国家创新技术的平台,也成为急需加强知识产权保护的领域。

2010年,随着上海世博会的举办和上海虹桥国家会展

项目的动工,上海会展业进入了一个新的发展阶段,这些都给了律师们一个信号,会展业的发展需要法律支撑。

乔文豹曾多次进驻德国知名品牌展会现场,提供法律咨询。据他介绍,与中国展会组委会在展会现场设立知识产权办公室不同,德国展会只是在展会组委会服务台开展法律咨询,律师作为受聘方,与组委会的人员一起工作。

“因为意识到了知识产权保护的重要性,1997年,中国国际纺织面料及辅料博览会(以下简称面料展)在展会现场设立了知识产权办公室。”中国贸促会纺织行业分会高级法务经理刘耀中告诉《中国贸易报》记者,近年来,每届面料展,参展企业必须要与组委会签署“知识产权承诺书”,否则将没有参展资格。

据了解,1998年至2000年举办的多届中国国际纺织机械展览会(以下简称纺机展)上,国外企业投诉国内企业侵权的案例较多。由于当时纺机展现场尚未设立知识产权办公室,境外参展企业投诉中国企业,不是到中国知识产权局而是到该国驻华大使馆,给中国的形象造成了损害。自2004年起,纺机展现场设立知识产权办公室,与此同时境外企业投诉现象也减少了。

利用法律武器维权

近年来,一些蜚声国际的中国企业常常成为境外展会上的明星参展商。对此,乔文豹提醒说,不是只有海外企业的权利重要,中国企业的国际声誉一样重要。到海外参展,一旦遇到侵权问题,要学会使用法律武器。

据乔文豹介绍,在德国,有关知识产权法特别是反不正当竞争法方面的临时禁令经常被使用。作为一种特殊的程序,临时禁令的颁发目的是为了提供有效及时的法律保护,以免申请人的损失因决定拖延而无法弥补。

乔文豹强调,由于临时禁令程序很简单,仅根据申请人一面之辞就可颁发。因此,德国展会通常会采取临

时禁止措施。一旦执行了临时禁令,展品将被禁止继续展出。他表示,在德国参展,企业一旦收到临时禁令,就处在了被动位置。不过,企业可以提前做好准备。比如,展前,与律师进行沟通,做好展品证书的资料整理,了解同行信息、知识产权保护情况,掌握应急联系方式;展会期间,留意并防止对方取证,如意外情况发生,第一时间寻求律师的协助。此外,参展企业应该了解当地的法律常识。比如,根据德国法律,可以通过反制的手段,让对方无法获取证据。

乔文豹介绍说,目前,就连德国也没有针对会展行业的法律,展会一旦发生侵犯知识产权行为,会依照相关法律处理。而中国企业应该通过法律手段获得有效救济。

在国际会展界,临时禁令被称为是“毫无成本的大棒”,有时,一个大型展会可能会出现几十份的临时禁令。

一直“坚守”海外市场的浙江金华斯立特健身用品有限公司,了解国际品牌企业,善于使用知识产权保护自身利益。据其有关负责人郑时良介绍,他们不会轻易仿制他人产品,更不会轻易展售仿制产品。

为了保护知识产权,上海尚体体育发展有限公司就设有专职部门负责处理知识产权侵权事件。据其品牌经理蒋志龙介绍,目前公司拥有多项专利产品,不担心被别人仿制。

刘耀中介绍说,近年来,中国本土企业开始利用知识产权相关法律保护自己的专利产品,并且正在形成一种维权趋势。

服务维权急需跟进

上海首批通过考试获得会展策划师资格的施振中表示,展会上,展品容易被侵权,所以,展会期间的知识产权保护几乎都是针对展品的。而事实上,展会服务也需维权。

施振中以属于展会服务内容的展台搭建为例介绍,有的搭建公司承接了某个展会的多个展台设计业务,

由于时间紧,展台设计难免有雷同或抄袭现象发生。而展会组委会为了展会声誉及展会期间不发生意外,与法律机构合作,在展会现场设立知识产权办公室,或者是聘请法律顾问,只为参展企业提供维权服务。而很少有搭建展台类企业聘请法律顾问,为展会服务提供维权帮助。

施振中认为,会展业作为服务业,有其特殊性,服务范围比较庞杂,涉及多个领域。如果只是强调展品的知识产权保护,有些不完整。也就是说,知识产权保护应该覆盖到展会的每一个环节。近期,展会主题侵权事件尽管逐渐减少,但仍时有发生,这些都应归入法律服务的范畴。

曾经受到展会主题被侵权困扰的中国演艺设备技术协会理事长朱新村介绍说,随着中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会(以下简称音响技术展)品牌影响力的扩大,发生了某机构对音响技术展侵权问题。为了保护自身的权益,中国演艺设备技术协会利用法律武器解决了这起展会主题的侵权事件。

林立认为,中国企业想融入国际市场,必须提高知识产权保护意识,展会主管部门也应该加强这方面的工作。

2011年12月,商务部印发了《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》(以下简称《意见》),明确要研究制定促进会展业发展的政策措施,扶持发展会展业公共服务平台。这是中国会展行业的第一个中长期指导性文件。

《意见》强调,要研究制定促进会展业发展的政策措施,扶持发展会展业公共服务平台。要强化会展业知识产权保护,加强人才培养和理论研究。要充分发挥现有行业中介组织“服务、协调、自律”作用,积极推动成立全国性会展业中介组织。

《意见》要求,各地会展业务主管部门要根据当地经济发展情况和产业特点等,制定符合本地会展业实际的发展规划,建立工作协调机制,明确职责、落实任务,出台政策措施,提供保障与服务,促进当地会展业又好又快发展。

外展推荐

2012第十届中国商品(印度孟买)展览会

展会时间:12月20日至22日

展会地点:印度孟买展览中心

展品范围:轻工类:以家用电器、电子通信、纺织服装、工艺品等轻工消费品为主;重工类:以机械制造业、建材、化工、五金、农业机械与技术等机电产品为主。

展会概况:为帮助中国企业搭建“走出去”平台,进一步促进中印双边贸易发展,加强中印两国企业的合作交流,中国贸促会等单位组织举办中

国商品(印度孟买)展览会。多年来,该展会为中国企业提供了一个开拓印度新兴市场的平台,已经发展成为中国在印度每年定期举办的知名大型展会之一。

往届回顾:据统计,上届展会共有来自广东、浙江、福建、甘肃、辽宁、云南、吉林7个省份的128家企业参展,展出面积4000平方米,共设展位152个。为期3天的展会吸引了来自印度各地及周边地区的专业观众超过1.1万人,还吸引了超过5000人次的普通

观众。参展企业满意率达95%,大部分参展商在展会期间接洽了超过50位的专业客户,并与客户建立了业务代理关系。据初步统计,参展企业在展会现场签订的合同金额逾5000万美元,意向合同金额逾7380万美元。

前景分析:印度是发展中大国。中印两国已经成为亚洲乃至世界经济的火车头。双方双边经贸快速发展,贸易额持续高速增长。

近年来印度也加大了与中国在多个领域的合

作。2010年,中印双方以两国建交60周年为契机,高层互访和经贸往来频繁。借助上海世博会、广州亚运会等国际盛会,中印双边民间交流活动更趋频繁,中国现已成为印度旅游者的重要旅游目的地之一。2011年,中印贸易额创739亿美元的历史新高,同比增长19.8%。

印度作为“金砖国”之一,正以庞大的人口、巨大的市场潜力、不断开放的姿态,吸引着外来投资者和跨国公司的目光。

(方凡)