

加多宝反诉广药或是缓兵之计

■本报记者 王哲

当中国国际经济贸易仲裁委员会对“王老吉”凉茶“红绿之争”作出裁决之时,谁也没有想到,一纸裁决反而成为这场“争夺战”升级的开端。

5月27日,加多宝集团发表声明称,其母公司香港鸿道(集团)有限公司(以下简称鸿道集团)不服该仲裁裁决,于5月17日向北京市第一中级人民法院提出了撤销上述裁决的申请,北京市第一中级人民法院已依法立案。

6月2日,加多宝集团召开媒体沟通会称,由于北京市第一中级人民法院已依法立案,意味着仲裁结果有待重新确定,假如广药集团或其他的企业在法院判决之前生产“王老吉”凉茶产品将被视为是违法或侵权的,无视司法程序的行为。

6月3日,广药集团的官网上便挂出了“热烈祝贺红罐王老吉新装上市”的悬浮广告,随即加多宝集团就红罐专利权一事起诉广药集团,并考虑追讨此前对“王老吉”商标的投入补偿。

“鸿道集团的上述举措乃是缓兵之计,在为加多宝凉茶承接原红罐市场铺路。”广东东方金源律师事务所律师徐特力对此评价道。

至此,双方纠纷已由之前的“口水战”升级为“对簿公堂”了。

撤销仲裁裁决几率渺茫

5月27日,加多宝集团发布的《重要声明》称,鸿道公司根据《仲裁法》第58条申请撤销仲裁裁决。“鸿道集团胜诉的可能性极小。即使北京市一中院的意见是撤销,也必须报请北京市高级人民法院审查,北京市高级人民法院批准后再报最高人民法院,待最高人民法院同意后,才能最终撤销。”徐特力对记者坦言,但加多宝此举值得回味。

徐特力对记者解释,鸿道集团属香港公司,与广药集团的仲裁裁决属于涉外仲裁,应根据《仲裁法》第70条申请撤销涉外裁决,但该公司却根据第58条条款,申请撤销国内仲裁裁决,貌似混淆了国内仲裁和涉外仲裁的法律适用条款。

但“鸿道集团不可能犯如此低级的法律错误,这是其运用法律技巧的表现。”徐特力大胆推测道,首先,要明确诉讼主体问题。本案纠纷(原为仲裁阶段、现为申请撤销仲裁阶段)的主体是鸿道集团与广药集团。加多宝公司并非诉讼当事人,而就他人纠纷发表声明,这可能会与鸿道集团想表达的内容存在出入。其次,加多宝集团作为非诉讼当事人或“有意”在法律适用方面发生错误,根本不会影响鸿道集团以后的其他的法律诉讼。

徐特力还作出预测,如果法院驳回

申请撤销仲裁,鸿道集团还可能根据《民事诉讼法》第258条及最高人民法院的有关规定,以新的理由,或以裁决违背社会公共利益为由再向法院申请不予执行。

“鸿道集团的举措意在帮助裁决后处于被动的凉茶产品争取2个月的缓冲时间,这样可以尽量消化原有红罐王老吉库存,稳定经销商,进而为‘加多宝’凉茶承接原红罐市场铺路。”徐特力对记者表示。

广药或侵犯鸿道外观设计专利权

6月3日,广药集团推出了新装王老吉凉茶,仍然为红色罐体,“王老吉”三字为黄色字体,红底黄字罐身添加了“广药集团”字样,对比发现,此红罐王老吉外观与原先加多宝生产的红罐“王老吉”相似程度很高。广药集团王老吉大健康公司董事长吴长海也坦言,新旧红罐王老吉配方所列的原材料是一样的,口感也区别不大,但新版在口味方面进行了一定的改良,增加了产品的科技含量。

对此,加多宝集团认为,在法院作出撤销仲裁裁定之前,广药集团推出红罐王老吉违反了法律程序。同时,加多宝集团和鸿道集团联合发表声明称,鸿道集团至今仍是“王老吉”红罐与红瓶的唯一合法使用人,任何擅自生产、销售红罐

“王老吉”凉茶的行为,均为违法。

“就目前而言,虽然广药集团有权使用‘王老吉’商标字样,但加多宝集团仍依法拥有红罐的外观设计专利权,广药集团此举或将引起两家就外观设计专利权的纷争。”徐特力对记者表示。

北京市隆安律师事务所律师朱刚更直言不讳地指出,广药集团此举,在两个方面涉嫌侵权。第一,侵犯了加多宝集团红罐“王老吉”的经营权;第二,侵犯了红罐“王老吉”外观包装装潢专利权。广药推出的红罐与加多宝一直经营的红罐非常相似,从知识产权包装装潢领域的侵权标准来说,已经达到足以让消费者产生混淆的程度,涉嫌侵权。

而广药集团营销中心副总经理倪依东对外界质疑回应道,广药集团此次推出的红罐“王老吉”的包装以前就存在,且相较旧版红罐包装还是有区别的,此次推出的红罐“王老吉”包装目前已经申请专利,知识产权局也已受理,目前也有专利号,所以并不存在所谓的“侵权”问题。

截至记者截稿,加多宝集团已就上述问题进入诉讼的筹备阶段。

本期说法

机构动态

中国贸促会调解中心 即将开始调解员换届工作

中国贸促会/中国国际商会调解中心(以下简称调解中心)成立于1987年,是以调解的方式,独立、公正地帮助国内外当事人解决民商事纠纷的常设涉外专业争议解决机构。二十多年来调解中心以促进国际经贸交流、构建和谐经贸环境为宗旨,充分发挥其国际化、专业化、民间化和网络化的优势,为中外当事人调处了大量民、商事纠纷,初步建立了具有中国特色的商事调解制度,培养了一批高素质的调解员队伍,搭建了覆盖全国的调解工作网络,成为我国非诉商事纠纷解决机制中的一个组成部分。

调解中心实行调解员名册制,调解员由调解中心聘任。根据调解中心《调解员聘任管理办法》,调解员实行任期制,每届任期四年。调解员的职责是根据当事人的选定或调解中心的指定,依法独立公正地调解当事人之间的纠纷。

自2012年6月15日起,调解中心将面向社会公开选聘调解员,具体聘任条件详见调解中心网站登载的《调解员聘用管理办法》。请符合条件、自愿申请担任调解中心调解员的人士登录调解中心网站填写相关资料。

调解中心将根据业务发展需要,严格依照《调解员守则》、《调解员聘任管理办法》,择优选聘调解员。

(静安)

贸易法语

“油条哥”卖出诚信大餐

■茗照

河北保定一位卖油条的小伙子刘洪安最近在网络上爆红。原因是他坚持每天用新油炸油条,坚决不用“复炸油”,网友亲切地称他为“良心油条哥”。

为了让顾客监督,刘洪安在店里挂出“安全用油,杜绝复炸”的标语,并张贴验证方法,提供验油勺。“良心油条”吸引了远近的新老顾客,有人开车十几里专为来买他的油条。由于生意越来越好,刘洪安甚至开始实行限购、排号的举措来维持秩序。

虽然每天换新油成本提高了,而且每人限购0.5公斤,但来买“良心油条”的人也多了,盈利比之前高出近1/4。“良心油条”的热销向社会展示了道德的经济价值。市场经济条件下,道德与经济利益并不矛盾,当诚信成为稀缺资源的时候,诚信商家就会得到更丰厚的经济回报。对“油条哥”来说,他的“良心油条”就得到了市场的奖赏。

“油条哥”火了,虽然刘洪安并没有做出什么惊天动地的大事,只是坚守人最基本的道德底线而已,但就是这样一件平常事却成为轰动全国的新闻热点,这反映出如今食品行业伤害老百姓有多深。

食品安全是老生常谈的话题,年年喊口号,年年出问题。瘦肉精、毒鸭血、灌水猪肉、地沟油、甲醛白菜、工业明胶生产药用胶囊等事件的爆发,使百姓对中国食品行业的信任度大打折扣,似乎所有食物都可能含有对人体有害的物质。而在每一次的食品安全事故曝光后,各界呼吁最多的就是要加强监管和健全法治,但企业坚持道德和商业伦理进行自治更重要。行政监管的力量毕竟是有限的,我们在强调监管重要的同时,更要呼吁商家坚守良心,进行自律。

诚信的缺失和道德的滑坡是食品安全问题频发的本源。中华医学会公共卫生分会副主任委员,国家食品风险评估中心首席科学家吴永宁指出,“食品是凭良心做出来的。社会每个公民都应该守住道德底线,如果不能给社会或他人带来幸福,至少不应该给社会或他人造成伤害。”健康的市场秩序,安全的食品卫生环境,离不开行政部门的监管,但良心和自律才是保障食品安全最后的盾牌。

“良心油条”的热销向公众展示了诚信背后的社会效益和经济效益。刘洪安用“良心”这块金字招牌,赢得了比之前更大的收益,这让那些想挣快钱、走捷径的经营者看到冒着被监管者处罚和被市场淘汰的风险经营是多么的得不偿失。

诚信贵在坚持,我们的社会要建立良好的食品安全环境,离不开广大普通老百姓对恪守良心者的肯定。只有消费者的肯定才能确保诚实劳动者的利益,给他们坚持的决心,令不良商家没有立足之地。只有商家向诚信前进一小步,社会才能前进一大步,笔者期待更多的“包子哥”、“面条姐”能如潮般涌现,让诚信不再成为行业的“稀缺资源”。

中国将对非许可铁路产品实行认证管理

本报讯 近日,占据中国高铁市场大份额的德国哈芬进口槽道被爆存在质量问题,民众对安全的敏感神经再一次被挑动。国家铁道部下发与国家认监委联合制定的《铁路产品认证管理办法》(以下简称《办法》),明确铁路产品认证将采取强制性产品认证与自愿性产品认证相结合的方式。

《办法》明确规定,国家对未设定行政许可事项的有关铁路产品实行产品认证管理,实行强制性产品认证的,依照国家有关强制性产品认证法律法规的规定执行。实行自愿性产品认证的,依照该办法的规定具体实施。

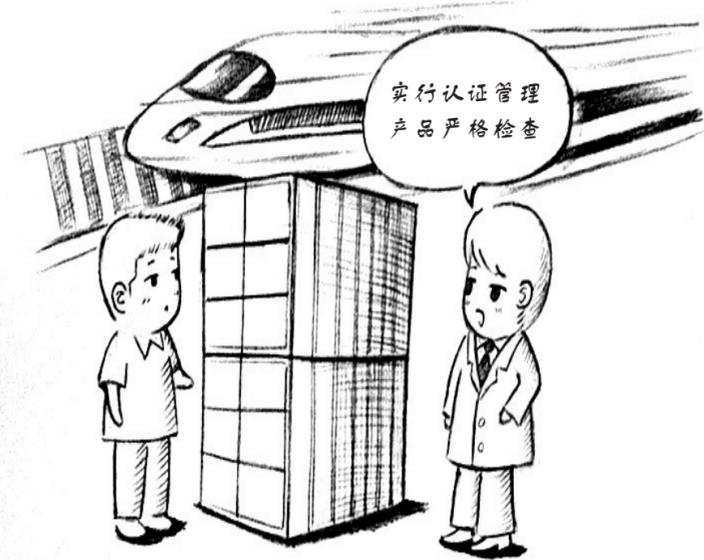
实行自愿性产品认证的铁路产品认证采信目录,由铁道部制定、调整并公布。纳入强制性产品认证管理和列入采信目录的铁路产品,依法取得认证后,方可在铁路领域使用。

在认证过程中,认证机构应当对申请认证的产品进行随机抽样和封样,并由认证委托人将封存的产品样品寄送检测机构进行检测;需要现场检测的,

由检测机构组织检测人员实施现场检测。检测机构对样品进行检测,应当确保检测结果真实、准确,并对检测全过程做出完整记录,归档留存,保证检测过程和结果具有可追溯性,并配合认证机构对获认证产品进行有效的跟踪。检测机构及其有关人员应当对其作出的检测报告内容以及检测结论负责,对样品真实性有疑义的,应当向认证机构说明,并作出相应处理。

《办法》还规定,认证机构应当对其作出的认证结论承担法律责任。认证机构未按有关规定规范开展产品认证业务,以及未对其认证的产品实施有效的跟踪调查,或者发现其认证的产品不能持续符合认证要求,不及时暂停或者撤销认证证书和要求其停止使用认证标志给消费者造成损失的,与生产者、销售者一起承担连带责任。(王子强)

今日普法



插图设计/高阳文

电塔产品被征临时反补贴税

中国新能源产品在美遭围堵

■本报记者 邢梦宇

近日,美国商务部对原产于中国的应用级风电塔作出反补贴初裁决定,决定对中国输美涉案产品采取临时反补贴措施,征收13.74%至26%的临时反补贴税。

此前,美国商务部对原产于中国的晶硅光伏电池作出反倾销初裁,认定中国企业的反倾销税率为31.14%至249.96%,并决定对该类产品采取临时反倾销措施。

现在,中国新能源产品在美国市场上正遭受全面围堵。

中国未违反WTO规则

据了解,此次,美国商务部对起诉方列举的数十项所谓补贴项目进行了调查,认定中国政府对风电塔产品提供了非法补贴。

中国机电产品进出口商会(以下简

称机电商会)发布一份声明,开篇指出中国政府对于风电行业的支持政策符合世贸组织(WTO)规定,不构成禁止性补贴或专向性补贴,而且符合全球共同应对气候变暖、大力发展清洁能源的潮流与方向。

“中国风电产品经过十余年的发展,逐步依靠先进的技术、科学的管理、周到的服务赢得美国市场。所谓‘政府补贴’使中国产品在美国获得市场竞争优势,是起诉方妄图利用贸易救济调查打击中国企业,掩盖自身企业在市场竞争中暴露的问题。”机电商会法律部工作人员对记者说,“实际上,和太阳能板‘双反’案一样,美国征收中国产品‘双反’税不仅使美国下游用户利益受损,同时,对该国风电产业的发展也将是沉重打击。”

谨防衍生效应

近年来,中国风电塔产品在美国市场,以先进的技术、可靠的质量,优

质的服务赢得了美国大型风电运营商的青睐。

除了惠及相关产业,中国的风电塔产品在更深层次上,推动了风电在美国的应用和普及。

与太阳能板不同的是,国内光伏企业生产的太阳能板98%用于出口,2%向国内销售。而国内风电塔生产企业销售依托于国内市场,整体风机的出口非常少,风塔出口额并不高。

从这方面来看,中国涉案产品出口较少,对产业影响似乎并不大。而金诚事务的杨晨律师则对此持谨慎态度,他担心风电塔产品遭受“双反”调查会诱发衍生效应。

他在接受采访时说:“我们了解到,很多企业在近期都会对美国市场出口风电塔产品,因此补贴初裁对部分企业的影响还是比较大的,会占用企业大量资金。此外,就影响而言,对塔筒采取‘反补贴’措施,起到了一个很坏的示范作

用,美国或其他国家的风电设备生产企业也可能会纷纷效仿,对其他风电配套产品发起贸易救济调查。”

“共同应对全球气候变暖是世界各国早已达成的共识,而大力发展清洁能源是积极应对全球气候变暖的有效措施之一。美方不应因自身个别企业市场竞争不利,而违反世贸组织《补贴与反补贴协议》项下的义务,对中国的风电塔实施不合理的贸易限制措施,从而影响到中美两国清洁能源产业的互促发展。中国企业将继续秉承技术、管理、服务的发展思路,在积极应对案件后续调查的同时,继续开拓创新,为中美和世界清洁能源的长久互利发展做出贡献。”机电商会法律部工作人员对记者说。

记者管窥