



我国首部生态地方法规出台

广东省珠海市人大近日审议通过了《珠海经济特区生态文明建设促进条例》(以下简称《条例》)。《条例》规定,对领导干部实施自然资源离任审计,建立生态环境损害责任终身追究制。《条例》还在立法中规定了排污权交易制度,创建环保市场。

据悉,该《条例》是党的十八大后全国首部生态文明建设地方性法规,将于今年3月1日起正式实施。《条例》首次在立法中规定,未完成生态文明建设约束性指标的,责任单位的第一责任人年度考核不得确定为优秀、称职等级。《条例》也明确,逐步建立编制自然资源资产负债表,对领导干部实施自然资源资产离任审计制度,建立生态环境损害责任终身追究制。

根据《条例》,珠海市政府将确定各区主要污染物总量控制指标。各区负责制定区级控制指标,将本辖区主要污染物总量控制指标分解落实到排污单位。而且,《条例》也首次在立法中规定了排污权交易制度,并明确规定,超额完成主要污染物总量控制任务的排污单位,其超额完成的削减量经市环境保护部门审核后,可以依法转让。

引进环境污染第三方治理措施,也成为《条例》一大亮点。《条例》规定,对于已受污染或者破坏的环境功能区,应当落实整治责任人进行治理和恢复。不按要求采取措施的,由环境保护部门通过招标等公开方式确定有治理和恢复能力的第三方代为治理,所需费用由责任人承担。

呼和浩特海关查获走私“洋垃圾”2.5万吨

在为期近一年的“绿篱”专项行动中,呼和浩特海关累计查获走私洋垃圾2.5万吨,货值近800万美元,涉案货物包括废塑料、废金属、废轮胎、废电瓶等。

为确保“绿篱”行动取得实效,呼和浩特海关严把单证关,严格规范申报,要求企业严格按照国家关于加强进口重点固体废物分类装运管理的规定如实申报。加大对进口固体废物价格的跟踪和监控力度,密切关注我内外市场行情,有效利用估价、验估等技术手段保障税收征管。

另外,切实加强现场巡视工作,对入境固体废物废塑料、废易拉罐换装过程进行重点监控,并进行抽查,在铁路口岸巡视监管场所装卸作业情况,防止夹藏夹带“洋垃圾”进境。(本报综合报道)

知识小看板

如何在药品广告中规范使用药品名称

根据国家食品药品监督管理局《关于在药品广告中规范使用药品名称的通知》的规定,药品广告中应规范使用药品名称、商标及文字广告等相关标示。

(一)药品商品名称不得单独进行广告宣传。在文字广告以及电视广告的画面中,使用药品商品名称的,必须同时出现药品通用名称。

(二)药品广告中不得使用未经注册的商标;不得以产品注册商标代替药品名称进行宣传(经批准的作为药品商品名称使用的文字型注册商标除外)。在药品广告中宣传注册商标的,必须同时使用药品通用名称。

(三)在文字广告以及电视广告的画面中,药品商品名称的字体以单字面积计,不得大于药品通用名称所用字体的1/2,药品通用名称的字体和颜色必须清晰可辨;产品文字型注册商标的字体以单字面积计不得大于通用名称所用字体的1/4。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.多功能简易学生专用书箱(ZL201220354035.1)
- 2.汽车真空辅助装置(201210357390.9)
- 3.汽车轮毂减振装置(ZL201320186257.1)

法眼透视

■ 刘兴龙

一份裁定书让历时5年多的商标侵权纠纷“剧情”逆转。2013年12月,国家工商总局商评委裁定:撤销强生公司在国内注册的“ONETOUCH”商标。而桂林中辉也得以摆脱了侵犯商标权的指控。

此前,已有强生公司退出国内血糖仪市场的传闻,加之如今血糖试纸商标遭撤销,洋品牌垄断国内血糖仪市场的局面有望打破,正在加速血糖仪业务扩张的多家上市公司有望借此提升市场份额。

侵权案剧情逆转

“在裁决之前,我一直处于逃亡的状态,如今终于可以正大光明地公开露面了。”近日,与美国强生公司因商标侵权纠缠5年多的桂林中辉召开新闻发布会,曾遭到刑事起诉的负责人李中拿出了一份扭转剧情的《裁定书》。

2013年12月27日,国家工商总局商标评审委员会出具的商标争议裁定书裁定:强生公司在国内注册的“ONETOUCH”商标予以撤销。在过去几年间,强生公司以桂林中辉侵犯其“ONETOUCH”商标为由追究其责任。如今,维权方反倒“搞丢了”自己的商标,桂林中辉的侵权责任也就无从谈起了。

记者试图联系强生公司,未能得到官方的明确回复。强生公司一位负责人表示,由于商标遭撤销涉及到法律问题,对外正式声明需要得到美国总部、法律部门等多方确认,一旦有最新消息将会尽快公布。

在发布会中,桂林中辉代理律师黄云中强调称:“这是我国撤销的第一个跨国公司的‘无良’商标。”一位业内人士介绍,几年前,桂林中辉是国内唯一能够生产配用于强生血糖仪的血糖试纸企业。而血糖试纸是血糖仪企业重要的耗材,桂林中辉的“踩线”招致了竞争对手的不满。

“ONETOUCH”是美国强生公司血糖试纸的商标,该款产品在中国的市场占有率相当高。强生公司和桂林中辉之间的纠纷始于2006年10月,强生公司生产血糖仪的子公司Life Scan在美国宣布,在市场上发现大量假冒

因认为自己的商标专用权被侵犯,汪某将北京国酒茅台文化研究会(以下简称茅台研究会)和中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司(以下简称茅台公司)告上法庭。记者日前获悉,北京市第二中级人民法院终审驳回汪某上诉,维持一审法院驳回其诉讼请求的判决。

2008年6月,汪某经国家工商行政管理总局商标局(以下简称商标局)核准,获得“文化国”注册商标专用权,核定使用商品包括烧酒、清酒、黄酒、含酒精液体等。2010年6月,茅台公司向商标局以不同字体申请注册“国酒茅台”商标,截至本案开庭审理时,商标局尚未核准商标的注册申请。

汪某诉至一审法院称,其发现茅台公司在其生产的15年、30年、80年一斤装白酒的

“申请注册声音商标,应以五线谱或简谱加以描述,并附加文字说明;无法以五线谱或简谱描述的,应该使用文字进行描述。”近日,国务院法制办公室就《中华人民共和国商标法实施条例(修订草案)(送审稿)》(以下简称送审稿)向社会各界征求意见,对商标法修改后增加的“声音可作为商标注册”相应规定具体提交要求。征求意见截止日期为2014年2月10日。

部分申请驳回可分割

修改后的《商标法》规定了“一标多类”

美国强生输商标案

洋品牌或退出血糖仪市场

强

生品牌的血糖

试纸,同时还锁定来自中国桂林的

中辉公司就是假冒血糖试纸的生产商。强生方面表示,这些试纸导致了此前强生产品问题频出,测量数值出现错误,并声称此前的多次召回正是因为桂林中辉生产的假冒血糖试纸所致。

2007年3月28日,强生以“桂林中辉与他人共谋,假冒其注册商标、假冒其血糖试纸”为由,将桂林中辉起诉至纽约东区法院,索赔金额不少于5000万美元。此后,美国当地法院认为强生“有理而被怀疑可能存在过度使用诉讼权利”,要求其缴纳100万美元以补救济,这一要求致使该案不了了之。此后,2007年8月,假冒强生注册商标一案在上海开庭。上海市普陀区人民法院刑事判决书认定桂林中辉不存在不正当行为。

在美国纽约、中国上海等地起诉桂林中辉相继受挫后,2007年,强生公司向桂林市公安局举报桂林中辉生产的血糖试纸侵犯其注册商标专用权,随后该案件前前后后经历了多次开庭,但至今未能作出判决。强生

公

司指

责

桂林中辉,在血

糖试纸操作部位印制

ONE TOUCH的说明文字,涉嫌假冒

强生公司的“ONETOUCH”商标。

一场商标权争议演变为刑事案件,这让桂林中辉始料不及。桂林中辉负责人介绍,在过去5年间,不仅公司遭到搜查,生产处于半停产状态,多名主要经营管理人员也曾先后被警方带走。最近的一次开庭是在去年的3月,但由于被告桂林中辉董事长李中没能到庭,刑事案件的庭审无法进行。“在接到开庭通知之后,我们了解到法院可能会作出有罪判决,预计会被罚款400万元。为了获得转机,我建议相关人员不要到庭。”代理律师黄云中称。

“最畅销”商标遭撤销

血糖仪试纸需要与血糖仪配套使用,以监控血糖变化,是重要的耗材。目前,国内市场上,强生公司为最大的生产商,强生和罗氏的市场份额约为70%。作为“最畅销”的血糖仪试纸品牌,强生公司“ONETOUCH”商标遭撤销带来的影响不言而喻。

“国酒茅台”侵权诉讼终审

汪某诉求被法院驳回

瓶口处标有“国酒茅台”标识,茅台公司的国酒茅台标识因其文化国酒商标近似从而侵犯了其享有的注册商标专用权。茅台研究会使用的会员特供酒系由茅台公司生产的15年、标有“国酒茅台”标识的特供酒,该特供酒上有“国酒”及茅台公司的名称,就前述行为茅台公司、茅台研究会共同侵犯了“文化国酒”的商标权。故请求判令茅台公司、茅台研究会停止侵权行为,立即停止销售、使用带有国酒标识的相关酒产品;赔偿

其因侵权遭受的经济损失91元及合理支出律师费1万元。茅台公司辩称,“国酒茅台”商标与“文化国”商标未构成近似商标。经过茅台公司长期、持续、广泛的宣传和推广,早在涉案“文化国”商标申请日之前,“国酒茅台”商标已具有较高的影响力和社会声誉,汪某主张于法无据。茅台研究会辩称,研究会使用的是会员专用酒标识,从未使用过汪某声称的印有“国酒茅台”标识的15年茅台特供酒。故不同意汪某的诉讼请求。

商标法实施条例修订草案征求意见

制度。为方便申请人,送审稿第二十四条增加了部分驳回时的申请分割制度,即“商标局对一件商标注册申请在部分指定商品上予以驳回时,申请人可以将该申请中初步审定的部分申请分成另一件申请”,分割后的申请保留原申请的申请日期。

送审稿规定,需要分割的,申请人应当自收到驳回通知书15日内提出分割申请。

商标注册异议七种情形不予受理

修改后的《商标法》完善了商标注册异议制度。为此,送审稿增加商标注册申请的受理条件,规定商标局作出不予注册决定包括在部分指定商品上不予注册决定,明确异议程序法定期限届满后当事人提交新证据的处理原则:自提交申请书或者答辩书之日起30日期满后,提交的新的事实证据可能对案件审理结果有重大影响的,商标局经质证后可以采信。

商标注册异议七种情形不予受理:申请人主体资格不符合《商标法》第三十三条规定

的、未在法定期限内提出的、无明确的异议理由,同一异议人以相同的理由、事实和法律依据针对同一商标再次提交异议申请的,等等。

细化连续3年不使用正当理由

为落实修改后的商标法关于通用名称撤销以及没有正当理由连续3年不使用撤销的规定,送审稿明确了申请撤销商标的程序:商标局应当通知商标注册人,限其自收到通知之日起2个月内提交该商标在撤销申请使用前使用的证据材料或者说明不使用的正当理由;期满不提供使用的证据材料或者证据材料无效并没有正当理由的,由商标局撤销其注册商标。

四种情形属于3年不使用撤销的正当事由:不可抗力、政府政策性限制、破产清算、其他不可归责于商标注册人的正当事由。

送审稿还明确了违法经营额的计算方法:已销售的侵权商品的价值,按照实际销售的价格计算;制造、储存、运输和未销售的侵权产品的价值,按照已经查清的侵权产品

“申请人提交的证据证明,‘ONE TOUCH’一词作为医学术语,有‘触摸开关,简单操作的’之含义。”国家工商总局商评委在《裁定书》中认定,虽然强生公司的“ONETOUCH”商标与“ONE TOUCH”存在一个空格的差别,但是一般消费者难以将二者区分,属于近似标识。

一位法律专家指出:“从商评委出具的商标争议裁决书内容来看,申请人列举了充分证据证明‘ONE TOUCH’在商标申请前被广泛用于医学领域的某种功能,这样的通用词汇不能作为商标来申请。”

代理律师黄云中介绍,上个世纪90年代,面向家庭患者使用的光电法血糖检测试纸问世,技术特点是使用以指尖血液轻触一下试纸检测孔,光电检测功能随即自动打

开(一触即开)。英文短语“ONE TOUCH”意味“简单操作的(一触即成的)”,正是对这种光电血糖试纸简单检测方法显著特点的贴切描述。

如今,强生公司不仅无法继续追究桂林中辉公司的侵权行为,保住“ONETOUCH”商标的前景也不容乐观。法律规定,强生公司可以在收到裁定书之日起30日内向法院起诉。前述法律专家表示,强生公司上诉行为不影响行政决定的执行,不过一般来说,商标主管部门会等到强生公司若上诉,取得上诉结果之后才执行撤销商标的决定。“如果最终撤销商标的决定得到执行,强生公司所有标有‘ONETOUCH’商标的产品必须全部下架。届时强生公司可能会被被迫更换商标。”

或现“洋退民进”

“在2013年的一次医疗器械展会期间,曾有客户咨询如何加盟强生公司血糖仪销售体系,得到的答复是短期内不再接受新的经销商申请。”一位血糖仪业内人士介绍,强生公司有意退出国内血糖仪市场的消息并非空穴来风。此次,“ONETOUCH”商标遭到撤销可能会加速强生公司退出的步伐,国内多家从事血糖仪业务的上市公司有望接棒“洋品牌”的市场份额。

一审法院经审理判决后,汪某不服,上诉至北京二中院。

北京二中院经审理后认为,汪某合法取得的“文化国”注册商标专用权合法有效,在其核定使用商品类别内应受法律保护。“国酒茅台”标识与“文化国”商标均使用在酒类商品上,构成相同商品。但二者在字形写法、字词组合方式、读音、含义上存在较大差异,相关公众对涉案茅台酒产品的商品来源不会产生误认,也不会认为该商品来源与使用“文化国”商标的商品具有特定联系。故茅台集团在其生产酒类商品上标注“国酒茅台”标识的行为不构成对“文化国”注册商标专用权的侵犯。汪某的上诉理由不能成立。一审法院判决正确,予以维持。据此,作出上述判决。(张剑 李智涛)

的实际销售平均价格计算;无法查清其实际销售价格,有标价的,按照标价计算,没有标价的按照被侵权产品的市场中间价格计算。

工商认定侵权5年内再犯从重处罚

修改后的《商标法》第六十条规定,5年内实施两次以上商标侵权行为或者有其他严重情节的,应当从重处罚。

因此,送审稿明确了5年内实施两次以上商标侵权行为为的认定:同一主体曾被工商行政部门或者人民法院认定侵犯他人商标专用权,5年内又实施商标侵权行为的;有证据证明同一主体5年内实施过商标侵权行为,经查属实的。(王晓雁)

