



杭州海关截获千余山寨“大力神杯”

本报讯 杭州海关近日对外宣布,该关截获了1020个未获国际足联授权的“大力神杯”。经权利人确认,这些奖杯侵犯了世界杯知识产权。目前,此案已依法立案。

据介绍,杭州海关下属义乌海关近日在对一票出口至利比亚、申报品名为“树脂奖杯、纸制纪念卡”的货物依法进行开箱查验时,映入眼帘的却是金光闪闪的“大力神杯”。这些奖杯外观和份量与“大力神杯”基本一致,底座和底盘上还分别刻着“FIFA WORLD CUP”的英文字样和历届世界杯冠军得主的英文名。(蔡岩红)

《第二代超高清电视白皮书》在京发布

本报讯 在中国电子技术标准化研究院推出《超高清显示认证技术规范》之后,中国电子商会消费电子产品调查办公室联合国家广播电视产品质量监督检验中心发布《第二代超高清电视白皮书》,对当前市场上高性能的4K电视产品提出规范指导建议,同时为消费者选购4K电视产品提供权威依据。

在《超高清显示认证技术规范》出台之前,4K电视市场鱼龙混杂,伪4K电视产品不断涌现,有消费者向记者反映,在卖场看到的4K电视画面效果非常好,就像亲临现场一样,但买回家后却发现,电视画面播放流畅度和卖场中的演示效果相差太大。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,《超高清显示认证技术规范》的出台为4K电视市场清理了“害群之马”,使伪4K产品不再有市场,但如何让消费者挑选到更高性能的4K产品,市场亟需相应的规范指导,这也是中国电子商会消费电子产品调查办公室联合国际广播电视产品质量监督检验中心发布《第二代4K超高清电视白皮书》的原因。

“现有的4K行业规范《超高清显示认证技术规范》是彩电企业进入超高清领域的门槛,而我们希望用更高的要求来推动现阶段行业的发展。从第二代4K超高清电视行业自律规范来看,第二代4K超高清电视可称为高性能4K电视产品,在显示性能及硬件配置的成本投入上都比普通4K高。”陆刃波表示,在选购4K超高清电视产品时,消费者依据《超高清显示认证技术规范》所示参数表和企业产品的宣传单页或说明书一比对,就知道自己选的是不是高性能4K电视产品。(卞娟)



什么是域名注册的“日出期”

“日出期”(sunrise)是一个新的顶级域名推出时先对企业 and 商标权人开放的时间。为防止企业名称和商标被抢注,“日出期”内,该顶级域名的注册只向企业、商标拥有者和机构开放。“日出期”过后,域名注册向公众开放,实行先到先得原则。

“日出期”内,多名合格申请人提出同一域名的注册要求的,有以下两种解决办法:先到先得、竞拍获得。

专利拍卖招商公告

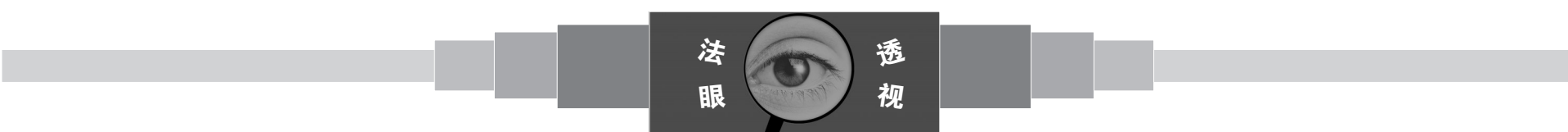
受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站 www.jcbcpm.com,或致电 010-57110083 索取详细资料。

1.一种新型造粒机 (ZL201320310507.8)

本专利利用碾刀和筛网间相对运动的原理进行造粒,物料与筛网的接触面积大,造粒速度快,尤其是多个刀片片的设置,可提高造粒机的造粒效率和质量,满足不同的造粒需要。具有机械组件少、拆洗方便、易于维护、外形美观、实用性强等特点。

2.卫生巾 (ZL201320548168.7)

该专利是对卫生巾防漏的一项改造专利。在卫生巾容纳经液的棉体周围设置防漏墙,通过防漏墙防止经液外漏;重点是,在卫生巾的后端设置有凸起部,凸起部的形状与人体的股沟紧密结合,可以防止经液顺着人体的股沟外漏。



新《商标法》让驰名商标保护制度回归本位

■ 本报记者 张莉

备受关注的新《商标法》将于5月1日起施行。新《商标法》的颁布施行,不仅关系知识产权领域,也影响到平常百姓的经济生活。新《商标法》其中的一个亮点是明确规定,生产、经营者不得将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上,或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。该规定明确了驰名商标“被动保护、按需认定、个案有效”的基本原则,回归了驰名商标保护制度的本位。

企业过度消费“驰名商标”

近年来,企业争创驰名商标的积极性很高。有些地方政府把驰名商标作为政绩,纷纷出台政策重奖拿到驰名商标的企业,一些企业则在驰名商标广告效应和“重奖”等利益驱动下,想方设法追逐驰名商标,甚至不惜通过“虚假诉讼”获得驰名商标的认定。一些异化的驰名商标更被滥用为广告资源,大肆误导消费者。

实际上,长期以来,“驰名商标”一直被人们所误解,不少人把“驰名”理解为产品的高美誉度。驰名商标制度本出自上个世纪初为保护工业产权而制定的《巴黎公约》,初衷是“对公众所熟知的商标在其未注册的地

区或领域提供特殊保护”。驰名商标实质上是对商标保护的一种手段,体现为一种商标权,强调个案处理、被动保护。

经过多年的推广,驰名商标制度在我国早已从单纯的保护异化为一种荣誉称号。某些受利益驱动的企业和政府,不但不予澄清,反而默认甚至助长这种误解传播,甚至有些企业也因误解而一味追求“驰名商标”。这不仅扰乱了市场,还导致消费者对驰名商标产生信任危机。

新规遏制夸大宣传势头

大多数消费者不了解企业生产、经营情况,基本上都是看广告、认品牌消费。认定为“驰名商标”的企业,往往靠政府的公信力赢得消费者信任,一些企业便顺势抬高价格。

记者在超市随机采访一位正在选购陈醋的顾客,这位消费者很明确地告诉记者:“我购物时不会刻意看是不是驰名商标,比如陈醋这样的商品,还是会买平时喜爱的口感,但如果是之前没有买过的东西,也会看广告或者宣传来选购。”

今年5月1日起,“驰名商标”将不得再使用于商品包装及宣传上。新《商标法》规定,对于新法实施后违规的企业,不仅要求地方主管部门给予纠正,同时还要处以10

万元罚款,可以说此次商标新规规范了当前“驰名商标”被滥用的现状,遏制了一些企业夸大宣传的势头。

北京易初莲花金源店店长黄先生在接受记者采访时表示,超市已经接到驰名商标将被禁用的消息,一定会在5月1日前把违规包装的货品下架处理,“我们公司有专门的监督部门负责处理不符合法律政策商品的下架,目前也已经对驰名商标的商品进行整理中,等到5月会统一撤下。”黄先生告诉记者,如果超市没有及时作出整理,也会有职业打假人伺机购买从而向超市索赔。

考虑过渡政策避免企业损失

新《商标法》中对驰名商标的规定得到了消费者的支持,但对于拥有驰名商标的企业却表示为难,这些企业最关心的是已经入市的带有驰名商标字样包装的商品和库存是否会造成损失。“已经在市场上流通的,如果没有在5月1日前全部销售完,此前印好的包装就面临着浪费。”已有不少驰名商标企业着手更换产品包装、广告,“无论是生产还是回收、重新包装,新《商标法》的规定对企业都是一笔不小的负担。”

据了解,目前国家工商总局已向国务院上报了关于执行新《商标法》第十四条第五款和第五十三条的指导意见,对于2014年5

月1日前已进入流通领域并标注有“驰名商标”字样的商品,不予以处罚。国家商标局的副巡视员吴群表示,国家商标局正在考虑通过制定过渡期的办法来解决已经入市商品的问题,但现在企业最重要的就是不要再在包装和广告上使用驰名商标进行宣传。

中国政法大学民商经济法学院知识产权法研究所所长来小鹏表示,对“驰名商标”的认定主要是为了惩处侵权人,如果说侵害的是驰名商标,那后果就比较严重,因为国家对驰名商标的保护程度比一般的商标要高。国家鼓励企业把商品做到驰名的程度,这要从“保护”的角度来理解,而不是宣传。

中华商标协会副秘书长汪泽表示,新《商标法》对禁止驰名商标做广告宣传的条款,让驰名商标回归到法律保护的本意,使消费者认识到驰名商标并不是荣誉称号,不代表对产品质量或者企业信誉的评定,从而在消费选择时不再“迷信”驰名商标和过分追逐驰名商标。

对驰名商标的拥有者而言,新《商标法》意味着,企业要想获得竞争优势,不能再利用驰名商标过度营销,必须千方百计提高产品质量并优化用户体验。从中国制造迈向中国创造的创新之路,新《商标法》已经奠定了一块基石。

优酷诉 UC 浏览器不正当竞争

法院首发知产案件诉讼禁令



■ 何 青

曾一度陷入视频版权危机的优酷网经营者合一公司,日前宣称 UC 浏览器提供优酷网视频下载服务的行为构成不正当竞争,

将 UC 浏览器运营商优视公司、动景公司等告上法庭,要求对方停止侵权、消除影响,赔偿经济损失 500 万元等。

日前,该案在北京市海淀区法院开庭审理。在审理过程中,双方就是否存在竞争关

系、浏览器提供视频下载服务的正当性等焦点问题,展开了 3 个多小时的激烈辩论。

视频下载是否合法 双方各执一词

在庭审过程中,动景公司提出,双方处于产业链的不同位置,提供不同的服务,不具有竞争关系,该公司不可能构成对被告的不正当竞争。而且 UC 浏览器的视频下载功能是软件自身的技术改进,目的是为用户提供更好的服务,而不是与优酷网进行竞争。

合一公司则表示,双方同属互联网行业,营业执照的经营范围即可证明两家公司存在竞争关系。

对于 UC 浏览器提供优酷网内视频下载服务的正当性与否,双方同样各执一词。

合一公司认为,由其经营的优酷网向网络用户提供在线视频点播服务,除非获得权利人的授权,否则不允许下载其网站内的相关视频。但 UC 浏览器不仅向通过其软件访问优酷网的用户,提供“页面视频下载”功能,还对优酷网内页面的内容元素进行修改、劫持和替换,致使用户不能通过 UC 浏

览器对其网站进行完整的访问,构成对优酷网的不正当竞争。

动景公司则辩称,UC 浏览器只对开放的视频提供下载,对于不开放的视频内容不能进行下载。

对此,合一公司指出,优酷网的经营模式是通过购买版权向用户提供视频内容,UC 浏览器提供的下载服务没有经过合法授权,属于不正当的违法行为。

避免损害扩大 法院首发诉讼禁令

据悉,为避免合一公司可能受到损害的扩大,海淀区法院此前已根据合一公司的申请,发出诉讼禁令,裁定优视公司、动景公司停止提供 UC 浏览器的“页面视频下载”功能下载优酷网视频的行为。

目前,UC 浏览器已停止向用户提供优酷网内视频下载的服务。

据介绍,该案为新民诉法施行以来,北京法院作出诉讼禁令的首例知识产权案件,也是国内首例浏览器因下载视频网站仅供在线播放的视频节目而引发的不正当竞争纠纷。

钱钟书手稿拍卖案二审宣判 杨绛获赔 20 万元

■ 孔德婧

去年备受关注的钱钟书书信手稿拍卖案终于尘埃落定。日前,北京市高级人民法院就杨季康(笔名杨绛)诉中贸圣佳国际拍卖有限公司(简称中贸圣佳公司)、李国强侵害著作权及隐私权案作出终审判决,判决驳回中贸圣佳公司的上诉,维持原判。即中贸圣佳公司停止侵害书信手稿著作权的行为,赔偿杨绛经济损失 10 万元;中贸圣佳公司、李国强停止侵害隐私权的行为,共同向杨绛支付精神损害抚慰金 10 万元。

拍卖私人书信引发杨绛不满

2013 年 5 月,中贸圣佳公司发布已故著名学者钱钟书书信手稿拍卖公告。该公司宣传称,届时,66 封钱钟书书信和《也是集》手稿,12 封夫人杨绛的书信和《干校六

记》手稿,6 封女儿钱瑗的书信将被集中拍卖。如此之多的珍贵手稿面世的消息一出,随即引发了收藏界、文学界的广泛关注和热议。

有媒体报道称,得知私人信件即将被公开拍卖,钱钟书遗孀、一家三口现唯一在世 的 103 岁高龄老人杨绛表示非常愤怒。“我当初给你手稿,只是留念,通信是私人间的事,你为什么要把它们公开?”杨绛所说的“你”,则是指这批信件的唯一收件人——香港原《广角镜》杂志社总编辑李国强。而面对杨绛的指责,李国强答复称此事并非自己为之,但并未透露到底是谁所为。由于拍卖行业有为委托人保密的行规,中贸圣佳公司也对此守口如瓶。

此后不久,杨绛申请了诉前禁令后,北京市二中院作出了中贸圣佳公司不得在拍卖、预展及宣传等活动中采用公开发表、展

览、复制、发行、通过信息网络传播等方式,实施侵害钱钟书、杨绛、钱瑗涉案书信手稿著作权行为的禁令。随后,中贸圣佳公司在其官网上发布声明,停止了拍卖活动。

一审杨绛胜诉 两被告上诉

此后,杨绛向北京市二中院提起侵害著作权及隐私权诉讼,请求法院判令中贸圣佳公司和涉案书信的收信人李国强停止侵权行为,公开赔礼道歉,赔偿经济损失 50 万元,并支付精神损害抚慰金 15 万元以及合理费用 5000 元。对此,中贸圣佳公司和李国强请求法院驳回杨绛的全部诉讼请求。

北京市二中院认为,中贸圣佳公司的行为侵犯了涉案作品的著作权,并与李国强共同侵犯了杨绛等的隐私权。判决该公司停止侵害书信手稿著作权的行为,赔偿经济损

失 10 万元。责令中贸圣佳公司、李国强停止侵害隐私权的行为,共同向杨绛支付精神损害抚慰金 10 万元,并在《北京青年报》上刊登向杨绛赔礼道歉的声明,中贸圣佳公司在其官方网站首页上刊登道歉声明。

宣判后,中贸圣佳公司不服一审判决,向北京市高院提起上诉,认为现有证据不足以证明杨绛有权依法行使钱瑗的涉案权益,公司也已提前取消了研讨活动,不存在主观过错,且早已主动终止了被诉的侵权行为,原审法院判决缺乏事实和法律依据,故请求撤销原审判决,依法改判驳回杨绛的全部诉讼请求。

据了解,一审判决后,本已准备发表道歉声明的李国强,也因作为共同被告的中贸圣佳公司提起上诉而改变了主意。他在接受媒体采访时表示:“一切等终审结果出来再考虑道歉和赔偿的问题。”