



贸易平台

贸促会重庆分会组团
开拓巴基斯坦市场

为了帮助重庆企业开拓巴基斯坦市场,近日,中国贸促会重庆分会会长陈渝率重庆企业赴巴出席巴中商贸论坛,展示企业商品,考察FSL和R&K钢厂和米加工企业,与巴方企业就合资建设钢铁企业、进口大米和代理电缆等进行了洽谈。

巴基斯坦是中国友好邻邦,人口近2亿,是世界第6人口大国,第25大经济体。近年来,巴经济呈现快速增长态势,重庆汽车、摩托车、机电产品和钢铁技术等商品在巴市场潜力巨大,重庆企业在巴投资采矿、能源和钢铁等产业商机巨大。

巴中商贸论坛由巴基斯坦政府主办,自2012年举办首届以来,已连续成功举办四届,是中巴企业合作的重要平台。巴政府对本届论坛高度重视,巴基斯坦总统马姆努恩·侯赛因会见并宴请了中方代表。

第十届中国—东北亚博览会
发布会举办

近日,第十届中国—东北亚博览会执委会第一次会议暨长春新闻发布会在吉林省政府隆重召开。吉林省委常委、省人大常委会副主任、东北亚博览会执委会主任陈伟根出席会议并作重要讲话,吉林省政府副秘书长、东北亚博览会执委会副主任刘非主持会议,贸促会吉林分会会长、东北亚博览会执委会副主任赵强华通报了第十届东北亚博览会的总体安排。

陈伟根强调,当前,东北老工业基地进入新一轮振兴发展阶段,如何发挥好中国—东北亚博览会的平台作用,为融入国家“一带一路”战略、推动东北亚区域合作、实现老工业基地振兴做出贡献,是本届博览会的出发点和落脚点。为此,本届博览会将主要围绕更好地服务于“国家周边外交和对外开放战略、东北亚区域合作、面向国际的经贸交流合作、东北老工业基地新一轮振兴”4个方面进行重点谋划。

赵强华介绍了第十届中国—东北亚博览会的具体情况。本届博览会定于今年9月1日至6日在长春国际会展中心举办。届时,它将以“开放互信,共谋发展,开创东北亚合作新愿景”为主题,继续追求“一届比一届办得更好”的目标,秉承“坚持创新、突出特色、注重实效”的办会理念,努力办成一届有思想内涵、有品牌影响力、有特色亮点的博览会。在稳定规模、提升规格方面,将重点邀请境内外专业客商参会,总体规模设定在国内外客商10万人,其中,境外客商1万人。邀请世界500强企业的中国区副总裁以上高管200人,比上届增长100%;中国500强企业副总裁以上高管150人,比上届增长50%;国内外知名金融和投资机构110户;国内外知名采购商150户,比上届增长50%;国内外知名商协会100户。同时,将继续邀请东北亚各国经贸高官、世界相关国家政要以及国内各省(区、市)和重点城市组团参会。

此外,本届博览会将继续以“展览展示、会议论坛、经贸合作、人文交流”四大板块为主要内容。在展览展示板块,除了首次设置科技馆和现代服务业展示馆外,还将设置香港商品馆、台湾商品馆、东北亚国家商品馆、吉林馆、食品产业馆、医药健康产业馆,共计9个展馆、3250个国际标准展位,全部实行特装;在会议论坛方面,将安排5项活动,其中,第八届东北亚合作高层论坛与开幕式合并举行,议题暂定为“面向未来,加强基础设施建设,构建东北亚陆海联运便捷大通道”。

(本报综合整理)

知识小看板

与知识产权有关的不正当竞争行为

不正当竞争是一个范围极广的概念,泛指在工商业活动中违反诚实信用及公平竞争原则的一切商业行为,包括垄断、限制竞争行为和狭义的反不正当竞争行为。

与知识产权有关的不正当竞争行为包括商品假冒行为、虚假宣传行为、商业诽谤行为。

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。

- 1.一种加长套插头(ZL201420640372.6)
- 2.一种带止水结构的窗框型材(ZL201420050559.0)
- 3.磁控防拆解腕带式GPS定位仪(ZL201420613989.9)
- 4.一种扣合式木方墙体建筑构件(ZL201220402253.8)

法眼 透视

暴雪突举版权大棒：
手游或成侵权盗版重灾区

■ 曹晟源

近日,暴雪一纸诉状将《刀塔传奇》推上了被告席,原因是该公司认为《刀塔传奇》已涉嫌侵害《魔兽世界》及《魔兽争霸》的著作权和商标。这也是近段时间继《炉石传说》维权成功之后,暴雪在中国的第二个维权案件。

对此,《刀塔传奇》开发团队莉莉丝游戏公司(以下简称莉莉丝)财务总监胡睿认为,暴雪该做法更多的可能是出于商业目的考虑。

天价IP助推侵权

在熟悉互联网行业的律师看来,暴雪的这一举动可能存在多个因素。

“首先,暴雪旗下的《魔兽世界》、《暗黑破坏神》等经典游戏在中国风靡之后,就开始出现个别中国游戏公司对上述游戏中的内容进行侵权的行为,但暴雪直到现在才开始展开反击,说明暴雪对在中国市场上能否维权成功心存顾虑。其次,也不排除暴雪有着商业上的目的,‘等把猪养肥了再杀’。”上海大邦律师事务所合伙人游云庭向记者表示,“从客观上来看,莉莉丝的《刀塔传奇》并不算是侵权十分严重的游戏。”

事实上,伴随着网易、巨人等越来越多的网游巨头开始将其经典的产品转移到移动端之后,手游业务的比重越来越大。

一些游戏公司愿意模仿时下最火手游的原因,首先是开发成本就不高,而在应用商店上线之后,可以短时间之内回本并且有着不错的利润,即便被应用商店下架,盗版游戏开发商也很少出现遭到高额罚款的情况。他们仍然可以改头换面,继续抄袭其他当红游戏来盈利。

盗版出现的另一个主要原因就是,中国市场上疯狂的IP价格(IP,全称为Intellectual Property,即知识产权)。

从目前较为成功的几款手机游戏中不难发现,游戏圈内似乎已经将一个成功的IP和一个成功游戏之间划上等号,而一个优质的IP背后,拥有的是数以千万计的用户基数。移动游戏公司砸巨资购买优质IP,本质上是看中这一资源背后的用户基数。对一款新的游戏产品



来说,用户基数在很大程度上决定着游戏成败。

一个好的IP自然引得游戏公司们争抢,价格更是屡屡创造天价。2014年畅游斥资1.5亿元买下《秦时明月》版权5年,成为当年最贵IP。

优质IP不仅在产品上线初期更易导入大量用户,也更有几率获得游戏平台的认可和推荐,因此,不论是大公司还是中小型公司,都不惜斥巨资争夺IP资源。

高额的IP价格让不少小的开发商团队望而却步,转而铤而走险开始盗版侵权。

有手游行业人士接受记者采访时指出:“侵权行为对于坚持原创开发的游戏厂商无疑是最大的打击,长此以往对于中国手游市场的健康发展有着恶劣影响。”

侵权案例或增多

就当暴雪开始将目光放到国内的侵权游戏上时,另一家著名游戏厂商DeNA也宣布将大力整治各平台当中的盗版侵权现象,DeNA公司拥有《灌篮高手》、《变形金刚:崛起》、《NBA梦之队》等知名IP。

用户体验评定国家标准有望今年出台

■ 郑时

随着大众创新日趋高涨,用户作为创新动力,对产品体验也越来越重视。在第三届中国电子信息博览会举行的用户体验论坛上,中国标准化研究院实验室主任张云红表示,目前针对评定用户体验的国家标准已处于报批阶段,年内有望公布,为消费产品企业设计等提供标准化评定参考。

张云红介绍,用户体验作为指人与系统、产品、服务交互的全部感受和感应,涵盖生理、心理、设计、功效等多个专业领域。目前消费品厂商已开始广泛关注用户

体验,在产品设计中应用,但多数是“半路出家”,局限于个人感官,缺乏科学的评定标准作参考。

“这套评定将考虑用户特征等多方面因素,为企业提供全面的参考标准。另外,针对各个行业的用户体验标准也在筹划中。”张云红对记者说。

创新型企业以用户体验为突破口寻求创新,传统企业也面临着用户体验带来的挑战和调整。四川长虹用户体验设计部部长谭军云对记者表示,公司正在进行战略转型,打造智能研发、智能制造以及智能交易平台,并关注整个产品生产周期的用户体验,以提升品牌,促进产品销售。

不过,谭军云表示,互联网创业公司大多轻资产运营,针对用户体验反馈进行产品、服务改造相对容易,而传统制造类企业,一个生产模具就上千万,相应改造成本较高。



关于台湾地区商标放弃部分专用权的介绍

■ 王丽

问:台湾商标申请被驳回,审查员要求就申请商标中的一部分放弃专用权。那么,该商标的权利范围是否就等同于未放弃专用权部分的商标?

答:根据台湾商标法第二十九条第三项规定:商标图样中包含不具识别性的部分,且有可能导致商标权范围产生疑问的,申请人应声明该部分不在专用之列(即放弃专用权);不声明放弃专用权的,不得注册。如以下两个案例:

eBaoTech

1. Make Insurance Easy 商标申请,审查员要求放弃“make insurance easy”部分的专用权;

2. EnviroTech 生物倍增 商标申请,审查员要求放弃“生物倍增”、“Biological Double Efficiency Process”的专用权。

所谓识别性,根据台湾商标法第十八条第二项规定,“指足以使商品或服务相关消费者认识为指示商品或服务来源,并得与他人之商品或服务相区别者”。一般而言,商标整体具有识别性,即符合商标区别商品或服务来源的功能。但是,若商标图样中含有不具有识别

性的部分,且该部分有可能导致消费者对商品或服务的性质、品质或产地产生误认误信的,则申请人应主动,或是应审查员的要求而声明放弃该部分的专用权。如此,商标整体便可获得注册。该法条的规定也是尊重申请人实际使用的需求。

放弃专用权制度,目的是明确商标专用权的保护范围,以便尽量避免可能发生的商标权争议。由于对商标的识别性判断依赖于审查员的自由裁量以及审查时客观情况的限制,此外,商标的识别性也可能在注册后发生变化等,因此,注册商标是否已就特定事项声明不专用,并非日后判断其是否具有识别性或享有专用权的唯一依据。

另外,商标注册后,商标中虽然含有声明放弃专用权的部分,商标权人仍然取得了在指定商品或服务上使用整体商标的权利,仅仅是不得单独就商标中特定部分主张权利。关于第三人注册或使用的商标是否造成相关消费者混淆误认,也应依据商标整体给消费者的印象来判断。虽然商标组成部分因识别性强弱的差异,在判断商标是否造成消费者混淆误认时会被施以不同的注意力,已经声明放弃专用权的部分,仅是判断时会被施以较低的注意力,但是,就商标整体而言,若两商标可能造成消费者混淆误认,仍判定为近似商标。

综上所述,就申请商标中的一部分放弃专用权,该商标的权利范围并非等同于未放弃专用权部分的商标。目前,一些大企业通常会以其主要商标,辅之其他

部分组成系列商标,用以区分其提供的不同商品或服务。如此,既加强了消费者对其主标的识别度,又可以使消费者清晰的识别其提供的系列商品或服务。但是,此类商标在申请注册时,辅之的其他部分若不具识别性,即显著性不高,审查员则会要求申请人放弃该部分的专用权,这时,企业一般会认为,如此操作,这类商标的权利范围就等同于未放弃专用权部分的主商标,这些商标就失去了其本身的“责任”。其实不然,通过上述分析可知,即使放弃了申请商标中不具识别性部分的专用权,商标整体仍享有专用权,仍可在一定程度上阻止他人在后的恶意模仿其商标的行为。另外,商标获准注册后,申请人通过大量的市场宣传和使用,相关消费者已经将其视为指示及区别商品或服务的来源,即与申请人形成了一一对应的关系,也就是这部分商标通过使用增强了显著性,那么,申请人对该商标的权利则更加稳定。

(本文作者系北京集佳知识产权代理有限公司商标代理人)

律师在线

