



贸易平台

中国仲裁法学研究会 工作汇报会议在京举办

本报讯 近日,中国仲裁法学研究会工作汇报会议在京举办。

中国贸促会副会长、中国仲裁法学研究会会长尹宗华介绍了仲裁法学研究会的基本工作,汇报了研究会近期主要工作。

中国法学会会长王乐泉和中国法学会领导充分肯定了研究会成立11年来取得的成绩,并对研究会的未来工作提出了新要求,强调研究会要把繁荣仲裁法理论和实践研究作为工作的重中之重。在组织队伍建设上要充分重视学术性和多学科交叉研究,确保研究会的“国家队”水准,提高研究会理论研究的整体水平。要紧紧围绕服务国家改革开放、服务中国经济建设、服务中国仲裁事业发展开展仲裁法学研究。要创新人才培养模式和途径,在中国培养一批专业素质过硬、具有国际法律视野的仲裁人才,为建设中国仲裁的国家新型智库作出努力。应加强国际仲裁理论研究,积极开展对外交流合作,增强中国仲裁在国际仲裁界的话语权和影响力。要吸收借鉴国外仲裁的好经验,加快仲裁规则的修订完善,使之更适应新形势下中国仲裁实践的需要。要加大仲裁制度的研究力度,大胆创新,不断丰富和发展中国的仲裁理论,为完善中国仲裁法律制度提供理论指导和学理支持。

第十届中国—南亚商务论坛 主论坛召开

本报讯 日前,由中国贸促会、云南省政府、南亚联盟工商会共同主办的第十届中国—南亚商务论坛主论坛在云南昆明召开。本届论坛主题为“推进‘一带一路’建设,加快企业合作步伐”,来自中国和南亚国家政府官员、商协会领袖、企业家、专家学者等约650人与会。

马尔代夫总统亚明表示,中国是马尔代夫值得信赖的伙伴,一直以来鼓励并支持包括马尔代夫在内的南亚国家的经济发展。马尔代夫目前正积极推动机场、港口等基础设施建设,并为外来投资者提供激励政策和有利的营商环境,欢迎中国企业赴马投资兴业。

中国贸促会副会长于平在发言中提出4点建议:一是把握互联互通与基础设施合作机会;二是积极参与南亚国家产业园区建设;三是促进双方互补性产品的贸易发展,扩大利益共同点;四是充分发挥商协会职能与优势,为企业提供更好的服务,进一步推动中国与南亚企业的交流与合作。

云南省政协主席周正富建议,中国与南亚商协会和企业家应在中国—南亚商务理事会框架下举办多种活动,促进中国与南亚务实经贸交流。

(本报综合报道)

国际贸易索赔的预防

- 知识小看板
- 1.遵守诚信原则;
 - 2.严格选择交易对象,并详办征信调查;
 - 3.随时注意对方市场情况的变动;
 - 4.熟谙国际贸易惯例,及对方国家法令;
 - 5.洽谈交易及报价、接受报价时应慎重;
 - 6.签订贸易契约时应审慎研订契约条款;
 - 7.从事贸易必须以自己能力所及为范围,不可不自量力,冒险行事,尤其对经营新货品,更应三思而后行;
 - 8.签署任何文件之前,须先熟读该文件内容;
 - 9.不要勉强接受不合理的订单;
 - 10.严格履行契约条款;
 - 11.尽量利用公证检验制度;
 - 12.尽量利用保险制度,为转嫁货物毁损及短少风险投保适当货物海上保险;
 - 13.货物制造前,必须严格选择原料,使货物符合契约订立的品质标准;
 - 14.从契约订立、生产、交货、信用状交易过程到契约完全履行为止,全程做好核查工作。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金铤宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)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.杂交小麦育种方法(201310508697.9)
- 2.电热蒸汽锅炉系统(ZL201310003754.8)
- 3.防治禽流感流感瘟疫的饲料添加剂(201510092788.8)
- 4.一种治疗晚期癌症的方法(201410598017.1)

中国品牌建设任重道远 国际品牌标准能级认证助力

■ 本报记者 范丽敏

“在企业经营管理中,不仅要重视领导力、竞争力、执行力,还要重视品牌力。”在近日举办的国际品牌标准能级认证新闻发布会暨首批国际品牌认证官聘任仪式上,国际品牌标准工程组织(International Brand Standard Engineering Organization,以下简称IBS)国际品牌标准工程组织中国区秘书长陈放表示,品牌力更多的是一个从心理学角度提出的概念,强调了在大众消费品市场上,对消费者需求的把握和观念的竞争是成功品牌的基本战略。(品牌成功的关键)

陈放认为,虽然一些中国品牌已经进入世界知名品牌行列,然而,大部分中国品牌还不具有全球领导力,我国品牌建设任重道远。由IBS创建的国际品牌标准能级认证,将助力中国品牌走向世界。

中国品牌不具有全球领导地位

品牌是一个复合概念,它由品牌外部标记(包括名称、术语、图案等)、品牌识别、品牌联想、品牌形象等内容构成。

“一个品牌就是一个独特的名称或标志(如徽标、商标或包装设计),既可以用来识别某一销售商或某一群销售商销售的产品或服务,也可以用来区别竞争对手的产品或服务。”陈放表示,因此,品牌向顾客发出了产品来源的信号,品牌可以有效防范竞争对手生产外观相似的产品,既保护消费者,也保护企业。

国家质检总局质量管理司司长黄国梁认为,品牌凝聚着质量管理、技术创新、服务信誉和文化价值等多种竞争元素。创造世界知名品牌已经成为全球经济科技竞争力的制高点。一个知名品牌的出现,并在市场上发挥作用,不仅仅是企业经济实力的体现,也是品牌所在地区,乃至一个民族和国家形象的体现。

■ 侯云龙

《中国制造2025》规划细化工作正加速推进。记者从多个权威渠道获悉,中国制造2025后续政策将陆续推出,其中包括此前发布的总体性规划《中国制造2025》中提出的相关任务、工作重点、重点发展技术的后续支撑政策,以及相应的财税金融扶持政策。

根据工信部、国家发改委的工作安排,中国制造2025“1+X”方案,以及重点技术创新“绿皮书”有望年内相继推出;工业强基等专项工程,则将在年内进入实质性推进阶段。随着各项具体的针对性政策落地,中国制造2025正在从一纸规划逐渐进入落实阶段。

工信部规划司副司长李北光介绍说,“绿皮书”的前身是《中国制造2025》规划附件《十大重点领域演进路线图》。但考虑到《中国制造2025》是一个中长期规划,时间跨度达到10年,其间技术演进方向和速度都有可能

■ 朱国栋

问:获得商标授权后,公司应如何正确使用商标?商标的使用界限又有哪些?

答:商标的使用是指以经营为目的,将商标用于商品、商品包装或者容器上;用于服务或者与服务有关的物件上;用于商品或者服务交易文书上;或者将用于商品或者服务的广告宣传、展览以及其他商业活动中,足以使相关公众认其为区别该商品或者服务来源的标志的实际使用。

商标的使用有重要意义,主要体现在:

一、不恰当使用注册商标,有被撤销的风险。依据《商标法》第四十九条第一款规定,商标注册人在使用注册商标的过程中,自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项的,由地方工商行政管理部门责令限期改正;期满不改正的,由商标局撤销其注册商标。

二、不及时使用注册商标,有被撤销的风险。依据《商标法》第四十九条第二款规定,注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续3年不使用的,任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。可见,如果注册了商标,从注册之日起3年内对商标不进行使用,则存在被撤销的法律风险。

三、擅自扩大商标使用商品范围、更改商标标样,有侵犯他人注册商标专用权的法律风险。

由于中国商标法规遵循先申请原则,谁先提交申请,则谁获得授权,因此,当商标申请人有了新的创意,

“近年来,随着中国经济的快速发展和中国影响力的不断提升,不少中国企业走出国门,走向世界。”陈放说,如今,中国的品牌已经越来越多,民众的品牌意识也越来越强。

陈放认为,虽然一些中国品牌已经进入世界知名品牌行列,然而,不少本土企业往往缺乏品牌战略眼光,认为创牌费时费力,投入较大,短期内经济效益不明显,品牌创建积极性不够高。

“我国的品牌建设任务非常艰巨,具有核心竞争力的中国品牌还不具有全球领导力。”陈放说。

来自全球最大的综合性品牌咨询公司Inter brand的统计数据显示,在2014前100名全球最佳品牌排名中,中国品牌只有华为居于第94位。

中国品牌建设进行时

“中国正快速从一个制造大国向经济发展的新阶段迈进,‘互联网+’发展战略适应了世界经济发展的需要。”华通明略大中华区首席执行官王幸认为,为了创造更多价值,企业应树立强有力的品牌形象:首先,品牌建设对品牌成功至关重要;其次,品牌特色是品牌的生命;最后,创新驱动促进品牌成功。

王幸预计,将有越来越多的中国品牌实现国际化,其品牌价值将更多地来自企业在海外的业务拓展。这种聚合效应,将带动中国国家品牌形象的整体提升。

为了帮助更多的中国品牌实现国际化,来自美国、英国、法国、中国等国的专家、学者共同发起和建立了一个专门从事品牌领域学术研究及推动品牌标准化的专业机构——IBS。

据了解,IBS成立于2000年,2002年至2005年,在参考了国际上最先进的顶级专家的品牌理念、运营模式等基础上,IBS制定出全球第一个国际品牌标准系统——《IBS10000国际品牌标准化手册》。

据陈放介绍,IBS通过独创的品牌指数模型,对企业进行品牌计量以及品牌标准化建立。目前,国

超出目前的预期,因此淡化了“路线图”的概念,而改为“绿皮书”。

除了推出“绿皮书”外,工信部新闻发言人、总工程师王黎明介绍,工信部等部委正在加快完善中国制造2025“1+X”方案,所谓“1”就是《中国制造2025》规划本身,“X”则是相关的配套规划。李北光介绍,“X”不仅是指相应的产业领域,或者具体技术,而是涵盖金融、财税、人才、创新等多个环节的支撑政策。另外,具体的制造业细分行业,以及其他制造业领域的发展规划,则将以“十三五”规划的形式陆续出台。

记者还从权威人士处获悉,包括国家制造强国领导小组在内的多个重要智囊机构也将组建。据介绍,国家制造强国领导小组将是中国制造2025战略实施顶级领导机构,由国务院相关领导担任组长,成员由国务院相关部门和单位负责人组成。领导小组办公室设在工信部,承担日常工作。

如何正确使用商标

往往不做任何设计就提交商标注册申请。商标核准注册之后,申请人会依据品牌内涵和时代审美对商标进行设计后再投入使用。由于已经拥有普通字体的商标注册证书,商标权人便放心地进行设计、使用。然而,该设计往往已经越界,而商标权人却还不自知。

举例说明,A公司申请注册了memory商标,普通字体,申请周期历时2年。获得注册之后,A公司将该商标进行了字体设计,使得memory更具美感。经过设计之后的标样,整体看起来是一个美术图形,给消费者的直观感受已经不再像普通字体的memory。A公司将贴有该商标标识的商品进行宣传并投入市场,得到了市场认可,并获得了良好的市场回报。A公司沉浸在喜悦里,完全没有意识到侵权风险。此时,B公司却在默默地调查和收集A公司该品牌的销售地域、销售额等信息。某一天,B公司向法院提起了商标侵权诉讼,诉A公司商标侵权。A公司感到很意外,在法庭上向合议庭出示了商标注册证书。经合议庭比对,A公司实际使用的商标标样,与B公司注册的商标标样近似程度非常高。尽管A公司有在先注册,但因为使用不规范,侵犯了B公司的注册商标专用权。

此外,注册商标专用权以核准注册的商品内容和商标标样为准,商标权人如果需要扩大范围使用注册商标,应当依法申请新的注册商标,擅自更改注册商标使用范围,存在侵犯他人注册商标专用权的风险。

举例说明,A公司申请注册了memo商标,普通字体,申请周期历时2年。获得注册之后,A公司开始使用该注册商

中国品牌只有华为居于前100名的第94位

2014 排名	品牌 名称	所属 产业	品牌 价值	较上年 增减
86	Johnnie Walker, 尊尼获加	酿酒	4,842 \$m	+2%
87	Harley-Davidson, 哈雷	摩托车	4,772 \$m	+13%
88	MasterCard, 万事达	金融	4,758 \$m	+13%
89	Kleenex, 舒洁	纸巾	4,643 \$m	+5%
90	Smirnoff, 斯米诺	酿酒	4,609 \$m	+6%
91	Land Rover, 陆虎	汽车	4,473 \$m	新晋
92	FedEx, 联邦快递	物流	4,414 \$m	新晋
93	Corona, 科罗纳	酿酒	4,387 \$m	+3%
94	Huawei, 华为	通信技术	4,313 \$m	新晋
95	Heineken, 喜力	酿酒	4,221 \$m	-3%
96	Pizza Hut, 必胜客	餐饮	4,196 \$m	-2%
97	Hugo Boss, 雨果·博斯	服装	4,143 \$m	新晋
98	Nokia, 诺基亚	通信技术	4,138 \$m	-44%

际品牌标准能级认证及国际品牌标准体系诊断与导入级别分为1A级、2A级、3A级、4A级、5A级。

陈放认为,国际品牌标准能级认证及国际品牌标准体系诊断与导入的核心作用包括以下五点:第一,提高企业品牌价值,权威的品牌认证一定程度上验证企业的产品服务层次,起到擦亮企业亮点的作用;第二,吸引消费者眼球,权威的品牌认证将会迅速赢得消费者对品牌的信任,起到引导消费的作用;第三,增强企业信心,权威的品牌认证一定程度上肯定了企业的付出与努力,促进企业稳健发展;第四,国际品牌认证是一种投资,是促进产品质量提升和企业管理改善的一种有效途径;第五,国际品牌认证可消除企业的技术壁垒,促进企业发展。

服务平台

其中,制造强国建设战略咨询委员会将是重要的智囊机构,并会承担对制造业发展的前瞻性、战略性重大问题研究工作,还将对制造业重大决策提供咨询评估。

近日,工信部正式公示了2015年智能制造专项项目,94家公司的相关项目入选,这标志着《中国制造2025》规划中提出的智能制造专项项目已正式启动。

“这些项目都是各个单位根据自己擅长的领域来申报的。有些是以研究所的名义,有些是以公司的名义。”中信建投证券机械行业首席分析师高晓春介绍说,无论是研究所还是公司,项目成果都可以快速产业化和市场化,实际上目前很多研究所也有自己的公司平台,不存在在公司主导的项目更容易转化的问题。

机构动态

标。几年后,由于企业经营状况良好,A公司增加了新的产品线,却忽略了审查手中注册商标专用权的范围,直接将memo作为商标使用在新的产品上。B公司注册了一个商标,专用权范围与A公司的新产品一样,经过几千万元的广告投入,B公司的商标具有了较高的知名度。A公司的新产品与B公司的产品,市场反应已经混淆。B公司将A公司诉至法庭,A公司提供了memo注册商标证书。经合议庭比对,A公司的实际使用商品早已超过了商标证书上的专用权范围,落入了B公司注册的保护范围,构成对B公司注册商标专用权的侵犯。

根据2014年5月1日施行的新商标法,商标侵权损害赔偿的上限提升到300万元。因为A公司的疏忽,即疏于结合新形势及时审查注册商标的商品范围与实际使用范围是否一致,不及时审查注册商标的商标标样与实际使用是否一致,带来了较大的物质损失和声誉损失。基于此,企业在实际经营过程中,务必注意自身商标的使用界限。

(作者系北京集佳知识产权代理有限公司合伙人、商标代理人)

律师在线

