

女装品牌“歌莉娅”在“互联网+”时代的品牌战争

近日,“歌莉娅”这一知名时尚品牌的所属公司广州市格风服饰有限公司收到了广东省高级人民法院的终审判决书,判决杭州娅品贸易有限公司立即停止对“歌莉娅”的商标侵权并赔偿经济损失200万元。这场围绕“歌莉娅”品牌在互联网上侵权与反侵权的法律战争落下帷幕,知识产权权利人取得了胜诉。经历案件历时3年,涉案金额大,影响范围广,期间还经理《商标法》的修改。这个案件是国内知名品牌在“互联网+”时代向电商平台中的知识产权入侵者全面开火的第一枪。

“歌莉娅”品牌于1995年建立,20年以来,“歌莉娅”在全国各大中城市的繁华商业中心,开设了超过600家专卖店。2008年开始试水电商,开设了官方网店,并在天猫商场、京东商城等电子商务交易平台开设了品牌旗舰店,为中国消费者提供便利快捷的购物体验。2013年,“歌莉娅”品牌获得国际品牌顾问权威Interbrand与21世纪经济报道联合颁发的“中国品牌建设案例奖”,成为中国第一个获此殊荣的女装品牌。今年,“歌莉娅”品牌还拿到CNGA AWARD 2015中国服装大奖“最佳青春女装品牌奖”,是广东省著名商标。

然而,“歌莉娅”在互联网上的品牌领地却遭到了知识产权侵权者的入侵。杭州娅品贸易有限公司在淘宝、京东商城上开设多个使用“歌莉娅”为商号的网店,在网店内使用“歌莉娅”品牌的注册商标图样,甚至仿冒“歌莉娅:环球发现,活出美丽”的广告词,销售有“歌莉娅”标识的女鞋,误导消费者混淆商品的不同来源。面对商标侵权者、品牌破坏者的挑战,

“歌莉娅”选择了应战。

广州市格风服饰有限公司投入大量的人力、物力和财力,聘请IT技术、法律、品牌运营多个专业团队,制定严密的行动方案,调取侵权证据,收集材料,论证侵权事实,向人民法院提起诉讼,要求侵权者停止侵权,赔偿损失。经过多轮的争夺,格风公司一审、二审均取得了胜诉,人民法院判令侵权的娅品公司立即停止侵权并销毁侵权产品、赔偿经济损失人民币200万元。

就这一案件记者采访了广东省律师协会知识产权专业委员会委员、广州市律师协会网络信息与高新技术专业委员会秘书长黄璇律师。黄律师认为:互联网平台上的商标侵权与传统的线下商标侵权有很大的不同,我国当前立法对于网络商标侵权的规定也有待进一步的完善,侵权手段隐蔽且有很大的抗辩空间,侵权证据一般是电子证据,收集手段单一、投入大,很多知名品牌面对网络侵权时往往知难而退。“歌莉娅”在全网、全平台向品牌侵权者宣战难能可贵,对知名品牌企业在“互联网+”的商业模式变革过程中有很好的启示和示范作用。

黄璇律师列举了几个难点:

一是侵权主体锁定难,权利人通过司法程序必须提供侵权主体的信息,在互联网环境下侵权商家信息往往是不准确或不完整的;

二举证难,权利人不但要收集侵权证据,而且更要收集侵权权利人侵权获利证据。如在“歌莉娅”案中,权利人需要多次收集并公证固定证据证明侵权行为的持续性,还需要组织大量证明其品牌知名程度的材料,诉讼成本十分昂贵;

车界巴萨军团 北京现代打造SUV“梦之队”



近日,2014至2015赛季欧洲冠军联赛决赛在柏林奥林匹克球场落幕,巴塞罗那以3比1击败尤文图斯,第5次夺冠。本赛季巴萨先后击败了欧洲5大联赛的冠军以及欧冠卫冕冠军,令人信服地成为欧洲“王中王”。

而在SUV车市,同样有一支“巴萨军团”,他们不仅拥有如梅西、内马尔这样单兵作战能力超强的车型,更通过娴熟的团队配合让对手防不胜防,他就是北京现代SUV家族。**单兵作战能力出色,超级明星引领豪华阵容** 本届欧冠,前锋梅西不仅带领巴萨夺冠,还包揽射手王与助攻王,创造机会与突破过人同样是全欧冠第一。

而在北京现代SUV阵容中,ix35就扮演

着梅西式的作用。自2010年亮相以来,凭借开创性的“流体雕塑”设计理念,ix35在当时略显中庸的SUV市场掀起了一股时尚之风。此外,超越同级的丰富配置结合亲民的价格,确立了SUV市场的领导者地位,也为北京现代SUV家族的强势市场地位,立下汗马功劳。

ix25同样有着全面的表现。在产品使用上,它具有“全适”的特点,适合各种环境、多种路况,适应不同生活状态和场景;在产品性能上,它则拥有“全能”的特性,能郊野、能都市,能提供给消费者全方位的驾乘感受。

强大的前锋线离不开中场的支持,全能型中场拉基蒂奇堪称巴萨夺冠的保障。凭借车型丰富,性价比高,空间动力俱备等特点,全新胜达就扮演了拉基蒂奇式的作用。

外观设计上,全新胜达以“流体雕塑”为依托,进一步延伸成“风暴前沿”,以刚柔并济作为设计的主旋律。动力方面,全新胜达搭载了2.4GDI直喷发动机和2.0T GDI涡轮增压直喷发动机两种不同的动力配置,与其搭配的是一款6速手自一体变速箱。空间上,全新胜达整

动力表现非常抢眼,堪称同级别城市SUV中的“跑分王”。经过几次尝试,C3-XR得到了1700-1900转起步的最佳弹射转速。7.82秒的最佳成绩,以目前同等价位的城市SUV来说,可以说C3-XR的加速性能无出其右。

C3-XR在动力系统方面已经将同级别对手远远地甩在了身后,可以说已显露出“城市SUV驾控王”的“王者之相”。

(刘 畅)

三是侵权赔偿金额不高,权利人一般很难举证损失或对方的获利,法院只有通过300万封顶的综合评价方法认定赔偿数额,相比于权利人的实际损失以及巨大的诉讼成本而言赔偿金额往往过低。

在“互联网+”的时代,品牌的线上价值日益凸显,但是由于互联网的开放性、平等性以及跨地域性,对传统的知识产权法律提出了挑战,对品牌所有人和权利人也提出了新的课题。

如何在“互联网+”时代实现品牌在互联网上的保值和增值,黄璇律师建言品牌企业:

一、建立完善的数据监控管理机制,通过先进的技术手段获取与品牌有关的网上数据,及时发现、锁定与品牌有关的污染源(包括负面新闻、侵权信息等);

二是积极与平台运营商展开合作,充分利用我国互联网法律中有关平台运营商红旗原则的规定,破除平台运营商的避风港免责规则,从平台获取证据信息、提高诉讼效率;

三是提高品牌商标的法律地位,积极申请中国驰名商标,以获得在争议程序中的优势地位;

四是制订全面的法律战争作战计划,有步骤地、有选择地打击侵权者,防止品牌在争讼中被逼债。

中国知名商标在电商平台上的“防盗”之路任重而道远,需要政府、行业和企业的大力支持与投入,相信在“互联网+”的今天,能伴随《新商标法》的全面展开而将企业在电商平台上的商标权保护纳入正轨。 (常 乐)

车尺寸为4725mm/1880mm/1686mm,轴距2700mm,不论是5座车型或者7座车型,第二和第三排座椅都能完全放倒,而且能与后备厢底部保持平整,使用较为方便。

团队配合至上,北京现代SUV布局决定格局

目前,北京现代已经形成了由途胜、ix35、全新胜达、ix25四大主力组成的SUV产品矩阵,跨越小型SUV、紧凑型SUV、中型SUV到全尺寸SUV,全面覆盖从15万元至30万元低中高细分市场,毫无疑问,满足中国消费者的多元化购车需求。

面对车市的变化,北京现代SUV从开始便选择“抱团取暖”的方式,以“团队作战”方式谋取销量,更能满足不同层次消费者的需求,为他们带来更加多元化、个性化的精彩汽车生活。

在SUV车市,北京现代以其强大的产品实力以及全面的产品线阵容,堪称SUV“梦之队”。可以肯定的是,在中国车市整体放缓的背景下,北京现代的SUV布局不仅将确保其销量领军地位,更为其未来发展做好了规划。 (杜 威)



汛期露一手,无惧涉水超强通过性SUV推荐



6月汛期已至,雨水也变得充沛起来。大雨过后,不少城市乡村有了隔街看“海”、街上捕鱼的奇特景观。这时,拥有一台涉水能力超强的座驾,自然能够赢得无数羡慕嫉妒恨。出身于“SUV世家”——广汽三菱的新劲畅,继承了其家族前辈帕杰罗的达喀尔冠军血统,越野性能足以应对各种复杂状况考验。这款车型具备60公分涉水高度和同级车型最强通过性,足可坐实“涉水神器”之称。

暴雨出行无阻,600mm涉水深度无惧水浸 作为帕杰罗的衍生车型,新劲畅自然遗传了前辈优秀的越野基因,这从相关参数数据即可直观感受:215mm(旗舰版)的最小离地间隙,36度的接近角,24度的离去角和23度的通过角,通过性超越同级绝对不是吹的。

汛期容易水浸街,如果你在汛期驾车经过不平整的道路或有积水的小山坡、田野等,新劲畅的离去角、通过角、接近角的完美组合,能让你顺利通过这些有一定坡

度的上坡路、下坡路。还值得一提的是,新劲畅的涉水深度高达600mm,这个高度足以应对一般的水浸地段了。当然,对于非专业的越野玩家,还是建议不要涉水太深。

超选四轮驱动+ASTC系统护航,湿滑地面轻松通行

驾车涉水时,首先要考虑安全。如果不知道浸水路况,需下车弄清水深、水底地面硬度、有无超大障碍物、水流是否湍急等。即便安全越过涉水区,考虑到雨后地面湿滑,同样需注意行车安全。好在新劲畅穿了好双“鞋”,17英寸铝合金轮毂,匹配大花纹的全路面轮胎,超强的胎面抓地力,令它能够稳当驰骋。

在安全方面,新劲畅ASTC系统可以在引擎输出功率过大的情况下自动降低功率(2H、4H模式),对空转车轮施加制动力,防止车轮空转打滑;在转向不足情况下,则自动降低引擎输出功率,并增加对后内侧车轮的制动力,使车辆顺利转向。

拥有新劲畅这样一款安全性和通过性都出众的越野SUV,汛期再长,碰上水浸次数再多,都无需担忧。作为拥有超选四驱的非承载式车身的7座SUV,新劲畅可谓性价比出众,对于喜爱越野、希望在汛期安全顺利出行的人而言,新劲畅确实是个不错的选择。

(方 圆)

东风雪铁龙C3-XR跨界联姻土豆映像季

近日,“自由导演生活”——东风雪铁龙C3-XR冠名土豆映像季发布会于北京竞园上演。在这场跨界联姻中,东风雪铁龙C3-XR作为第八届土豆映像季的主冠名商,其“自由我精彩”品牌精神与本届土豆映像节“自由导演生活”的激情碰撞将迸发出绚丽的火花。作为最受年轻人推崇的两大先锋文化品牌,C3-XR与土豆网将联袂为城市自由派奉上一场“自由炫彩”的精神盛宴。

C3-XR自去年9月在巴黎全球亮相以来,始终致力于和“城市自由派”们的情感沟通:从去年底,C3-XR牵手乔任梁和



刘芸演绎的——“自由我心 焕彩巴黎”明星真人秀活动;今年3月至5月,携手马薇薇、范湉湉、肖骁、艾力4位“奇葩”发起的“自由派 站出来”活动。

(东 方)

友信4周年业绩斐然 平台发展开启新旅程

长,见证了友信厚积薄发式的成长。

截至2015年4月,友信累计服务客户数量高达52.72万人,为投资理财客户带来超过7亿元的收益,帮助投资客户实现财富增值的梦想。同时,解决了众多中小微企业和个人的资金需求,让更多国人可以自由、有尊严地享受优质金融服务。

友信的发展离不开用户的大力支持。在友信成立4周年之际,举办了一系列客户答谢活动,如对活动期间来营业部办理业务的客户赠送纪念礼品、官方微信注册抽奖、邀请客户参加庆生会等,回报广大客户的信任和支持。

友信的骄人业绩不仅得到了客户的认可,还得到了资本市场的青睐。2013年,友信获得1.3亿美元融资,创造了互联网金融行业内迄今为止最大金额的融资记录,这是资本市场对友信最高的评价。

经过4年的迅猛发展,友信已经成为了互联网金融行业的实力品牌,在行业的发展历史上写下了浓墨重彩的一笔。在平台成立4周年之际,友信北京总部发起奥森公园健步走活动,全体员工共同参与,同时大连、合肥、苏州、南通等城市的友信员工共同参与,全国联动庆祝友信4周年的到来。这也标志着,在新的一年里,友信将开启一段新的发展历程,为更多的人带来更可靠、更便捷的金融体验。 (芳 芳)

好水不再奢求——国标为您掌握饮水健康

不久前,新国标《食品安全国家标准包装饮用水》(GB19298-2014),正式实施,106种标准全面守护消费者的健康,更严格规范了厂商对消费者知情权的保障。新国标出台前,饮用

水市场缺乏国际规范,部分厂商剥夺大众消费者的安全饮用水知情权,使得消费者多花钱购买了因概念而垫高价格的高价水。此次新国标的重磅出击,从根本上让消费者更加安心,确实带来了优质饮用水的“新时代”。

新国标全面守护消费者饮水健康

对于普通消费者来说,一瓶好水不外乎喝着健康、喝着安心、喝着舒心这三重标准。经济社会的迅速发展,使得目前我国各地的水质普遍存在一些安全隐患,好的净水设备是生产好水的必要条件,它让消费者喝着健康;饮用水的品牌理念和高标准的生产工序则是让消费者喝着安心的必要支撑;而新国标统一了饮用水的称呼并高度规范质量,更是让消费者辨别饮用水的必要保障,让消费者喝着更舒心。

此次新国标出台,改变了部分厂商剥夺消费者安全饮用水知情权的不良状况,使得包装饮用水的市场竞争回归常态,让商家从名称炒作竞争转回为品牌质量竞争。我们将喝到的,不再是靠名称或包装去吸引大众眼球的水,而是回归本真与健康的优质好水。

康师傅率先响应新国标政策

据央视新闻报道,一向以诚信务实创新著称的康师傅,以正积极的态度率先响应新国标,将“矿物质水”更名为“优悦”,领先业界,全面符合国标规范,坚持落实国家政策,保障消费者的商品权与知情权。作为全中国拥有最多包装水生产线的公司,康师傅有近百家的自有生产工厂,投入超过两亿元的世界级净水设备更是让每位消费者喝着健康、安心、舒心的后盾。

精密滤净系统 优水悦人心

众所周知,只有高标准的过滤净化方式才能保证水的品质。康师傅优悦专注品质、全面健康,采用国际级精密系统,通过粗滤、超滤、活性炭过滤、紫外线杀菌、保安过滤、两级RO反渗透过滤、臭氧杀菌以及终端过滤等8道工序,层层滤净,将各种细菌、病毒、胶体、杂质、悬浮物、重金属化合物等有害物质去除,只保留水分子和有益元素通过,才能真正保障水的好品质,让每一位消费者喝上安全、健康、优质的水。换言之,康师傅通过国际级精密滤净系统的生产工序,所生产的一瓶好水,就好像帮

家里装了百万元净水设备,守护全家人的饮水健康。

康师傅不只率先更名,关注水资源问题更不遗余力

此次新国标的实施不只是产品更名的契机,同时康师傅优悦更展现社会关怀的使命感。在中国,水资源匮乏一直是个严重的社会问题,因此在关心饮用水安全的同时,也应该认同并响应康师傅优悦所号召,致力于关怀中国的水资源,呼吁消费者节约每一滴水。也许你每一次关紧水龙头、每一次用洗米水来浇花、每一次提醒身边的朋友节约用水都将为水资源的保护增添一份力量。

2000年,中国妇女发展基金会发起了“母亲水窖”项目,重点在帮助解决西部地区民众摆脱因严重缺水所带来的民生问题,是中国政府关注水资源缺水地区的重大德政措施。康师傅优悦,上善若水,关怀公益,携手母亲水窖共同关注缺水问题,让你我的社会更健康。请大家一起力行水资源关怀行动,点点滴滴,凝聚关爱,优水悦人心。

(王 丽)

