

海外发展如何保护中华老字号?

中华老字号企业世代传承,拥有鲜明的中华传统文化背景和深厚的文化底蕴,已在社会上获得广泛认同并取得良好商誉。老字号企业的发展离不开知识产权工作的有效展开。

1月17日,中华老字号知识产权保护座谈会在中国贸促会召开,包括北京同仁堂、北京稻香村、北京杜顺堂木作、萃华珠宝、龙泉玉德青瓷、万泰元茶号、天马造型等在内的十余家知名老字号企业齐聚一堂,共同商讨老字号企业知识产权管理及保护事宜。

中国贸促会知识产权服务中心副主任谭剑指出,老字号保护知识产权可谓具有悠久的历史传统。从过去的“独家”配方、“传男

不传女”的家族传承历史,到如今广泛应用的“商业秘密保护”;从口口相传的老字号、老品牌,到如今通过注册和使用进行保护的知名商标,老字号企业知识产权的保护形式也在与时俱进。然而,无论使用商业秘密还是商标作为保护手段,都仍然面临一些问题。

老字号企业如果要进行海外业务扩张,就外部环境而言,主要面临海外商标恶意抢注、以知识产权纠纷为表现形式的恶意竞争等问题。

与会专家提醒企业,遭遇海外商标恶意抢注时,应及时应对,提起商标异议或与抢注者沟通协商;若错过最佳时期,只能采取高价赎回的办法,否则将面临永久性失去

该地区老字号商标的风险。

一个值得关注的苗头是,部分国外企业或个人抓住中国人“民不与官争”的做事传统,制造以知识产权纠纷、诉讼为表现形式的恶意竞争,企图吓退中国企业,垄断当地市场。对此,中国企业要积极应对,遇到诉讼决不后退,牢牢掌握主导权。

就企业自身而言,老字号企业虽然具有深厚的文化传统和民族特性,但大都规模较小,资金实力不足,并且由于知识产权意识不强,维权需求也不多,不具体。

会议期间,各参会代表就本企业遇到的知识产权问题进行了分享和探讨。有的企业分享了本企业进军海外市场时关于知识产权,

尤其是商标方面战略布局的有效经验及有益心得,并指出,老字号企业的良好商誉和优秀品质本就深得人心,因此,在开拓海外市场时要格外注重品牌战略布局和保护,选择正确的服务代理机构,为海外知识产权运营保驾护航。

有的企业反映,海外发展中曾遭遇到商标纠纷、外观设计专利侵权等问题,希望得到中国贸促会及其知识产权服务中心等专业部门的帮助与支持,获得切实可行的解决方案。

企业代表还提出,希望政府加强商标方面的统筹管理,规范国际上、地域间相同或类似商标的使用。针对老字号商标被抢注的事实,希望政府从保护民族品

牌和中华传统的角度出发,加强政府间合作,遏制他国的商标抢注行为,保护中华老字号百年传承的品牌文化。

谭剑对参会企业反映的具体问题一一作出解答,并提出了一系列企业知识产权保护工作建议,如建议企业选择全国领先的知识产权代理机构进行域外知识产权布局,对设计图样进行著作权登记保护、申请高质量外观设计专利等。谭剑同时表示,知识产权服务中心愿意积极支持企业海外维权,并提供专业的知识产权培训、咨询等服务,帮助企业建立商业秘密、商标等内部知识产权管理机制。

(信息来源:中国贸促会知识产权服务中心)

中国去年批准发布1763项国家标准

本报讯 记者从日前召开的2017年中国国家标准工作会议上获悉,2016年,全国共批准发布国家标准1763项,其中,强制性标准23项,推荐性标准1712项,指导性技术文件28项。共有5490家科研机构和事业单位参与了相关标准制修订工作。

国家标准委主任田世宏在当日的大会上说,国家标准委发挥“标准化+”效应,围绕现代农业、装备制造、生态文明、消费升级、公共服务等方面大力推进标准制修订工作。围绕农业基础设施建设、安全种植、健康养殖、农产品合理加工和绿色流通,批准发布《高标准农田建设评价规范》《耕地质量等级》等148项国家标准。

围绕高端装备制造、工业基础、智能制造、绿色制造、新能源汽车、新一代信息技术、电力装备、新能源、新材料、信息安全等重点领域发布相关标准631项,占全年标准的40%。

围绕纺织品、服装、儿童用品、家用电器、家具、灯具、塑料制品等领域,发布《日常防护型口罩技术规范》《机织婴幼儿服装》《羽绒羽毛检验方法》《汽车装饰用机织物及机织复合物》《一次性使用无菌注射针》等98项与民众息息相关的国家标准。

围绕智慧城市、质量管理、政务服务、社会保险、社会福利、防灾减灾、城市客运、社会信用、旅游休闲、保健服务等领域发布相关标准约130余项。

田世宏表示,2017年,国家标准委将重点推进工业基础、智能制造、绿色制造标准化,在机器人、先进轨道交通装备、电动汽车等领域实现标准化新突破;加快建立统一的绿色产品标准体系;完善“互联网+政务服务”标准,开展政务公开标准化试点。加快建立全国统一的养老服务质量标准。(刘长忠)

贸易预警

美国发布对华电动平衡车337调查部分终裁

日前,美国国际贸易委员会(ITC)发布公告称,对特定电动平衡车作出337调查部分终裁:该案由行政法官于2016年12月15日作出的准予基于正当理由终止对应诉企业美国 Genius Technologies 337调查的初裁不予复审。

2016年3月22日,美国国内企业向美国ITC提出337立案调查申请,主张对美出口、在美进口和在美销售的特定电动平衡车侵犯了其专利权、涉嫌虚假广告宣传、虚假陈述和不公平竞争。阿里巴巴集团控股有限公司、杭州骑客智能科技有限公司、深圳市凯贝利科技有限公司等中国企业涉案。

欧盟对华葡萄糖酸钠作出反倾销日落复审终裁

日前,欧盟委员会发布公告,对原产于中国的葡萄糖酸钠作出反倾销日落复审终裁,裁定若取消反倾销措施,涉案产品的倾销及其对欧盟产业的损害会继续或再度发生,因此决定继续维持对涉案产品的反倾销措施,裁定山东凯翔生物化工股份有限公司的倾销幅度为5.6%、青岛科海生物有限公司的倾销幅度为27.1%,中国其他公司的倾销幅度为53.2%。

阿根廷延长对华钢垫圈等产品反倾销调查期限

日前,阿根廷生产部贸易国务秘书处外贸副国务秘书处照会中国驻阿根廷使馆经商参处,通告阿方将延长对原产于中国的钢垫圈、橡胶气球和原产于中国、巴西和秘鲁的羊毛及其混纺织物的反倾销调查期限,以便作出最终裁决。

美国终止对俄罗斯等国固体尿素日落复审调查

日前,美国国际贸易委员会发布公告,由于美国国内利益相关方未参加第四次日落复审,美国商务部已取消对进口自俄罗斯和乌克兰的固体尿素的反倾销征税率,因此决定终止对进口自俄罗斯和乌克兰的涉案产品的第四次反倾销日落复审产业损害调查。上述决议已于1月9日生效。(本报综合报道)

法律干线

国务院印发《“十三五”市场监管规划》

本报讯 日前,国务院印发了《“十三五”市场监管规划》,这是第一部全国市场监管中长期规划。《规划》指出,加强和改善市场监管,是政府职能转变的重要方向,是维护市场公平竞争、充分激发市场活力和创造力的重要保障,是国家治理体系和治理能力现代化的重要任务。

《规划》提出,到2020年,初步形成科学高效的市场监管体系,构建以法治为基础、企业自律和社会共治为支撑的市场监管新格局,形成有利于创业创新、诚信守法、公平竞争的市场环境,形成便利化、国际化、法治化的营商环境。基本形成宽松便捷的市场准入环境、公平有序的市场竞争环境、安全放心的市场消费环境,基本建立权威高效的市场监管体制机制。

《规划》提出了市场监管的重

点任务。一是营造宽松便捷的市场准入环境。改革市场准入制度,建立统一公开透明的市场准入制度,深化“先照后证”改革。深化商事登记制度改革,推进“多证合一”,提高便利化服务水平。完善企业退出机制。为小微企业创造良好环境。二是营造公平有序的市场竞争环境。维护全国统一大市场,推动市场开发共享。加强网络市场、广告等重点领域市场监管,打击传销、规范直销。强化竞争执法力度,打击制售假冒伪劣商品违法行为。推动质量监管,实施商标品牌战略。三是营造安全放心的市场消费环境。加强日常消费领域、新消费领域市场监管,加强老年人、未成年人等重点人群消费维权,加强农村市场监管,健全消费维权机制。(谭章慧)

新西兰拟禁止生产销售含塑料微珠个护产品

本报讯 日前,新西兰环境部长尼克·史密斯宣布,新西兰政府计划禁止生产和销售含有塑料微珠的个人护理产品。

史密斯在一份声明中表示,塑料微珠无法生物降解,容易被水生生物当作食物,从而对鱼类和贝壳类生物造成长期损害。据了解,新西兰市场上目前大约有100种含有塑料微珠的个人护理产品。

塑料微珠指直径小于5毫米的塑料颗粒,一般成分是聚乙烯。在个人护理产品中,塑料微珠能够改善产品外观或用作去角质的磨料。这些产品被使用后,其中的塑料微珠像塑料袋一样,很难降解或

从环境中人工分离出来。

史密斯当天说,现在全球每年使用的塑料微珠超过1万吨,新西兰政府的相关提议是国际社会减少海洋中塑料微珠努力的一部分。他表示,目前美国、英国、加拿大、欧盟和澳大利亚等国家和地区组织都已经禁止或在逐步减少塑料微珠在个人护理产品中的使用。

现阶段,新西兰政府就这一提议公开向社会征集意见,截止日期为2月28日。针对塑料微珠生产的禁令计划于2018年7月1日正式生效。

(辛华)



苹果诉高通滥用垄断地位索偿10亿美元

本报讯 日前,苹果正式对高通提起诉讼,称高通非法利用手机芯片领域的垄断地位,要求其退还约10亿美元承诺退还的专利使用费。

苹果公司在上周五的官方声明中表示,高通为了报复苹果与美国联邦贸易委员会(FTC)的合作,非法扣留了原本承诺退还的价值10亿美元的专利使用费。声明中,苹果公司称:“高通作为移动基带芯片标准众多开发商之一,多年来坚持向苹果收取高昂的专利权费用,其收取的费用是其他开发商的5倍;苹果开发的新技术越多,高通收取的费用就越多。”

此前不久,美国联邦贸易委员会起诉高通,称其滥用FRAND(公平、合理和非歧视)的专利原则,利用专利授权强迫苹果独家购买他们的基带产品。FTC称,从2011年到2016年,高通持续强迫苹果只能购买高通的基带芯片。

苹果公司在移动处理器方面处于业界领先地位,但其缺乏移动网络专利,A系列处理器缺少基带。现阶段,苹果主要使用高通MDM系列基带,也是高通的第一大客户。但在双方合作中,高通采取“不买授权就不给芯片”的策略,通过控制苹果缴纳的专利使用费强迫苹果公司独家购买高通基带芯片,时间

长达5年。

市场分析人士称,对于面临功能增加、价格降低双重压力的手机厂商而言,高通的专利授权策略无疑是一项沉重负担,他们既要购买芯片,又要为底层技术买单,而且其中许多技术使用不到。与此相对,专利授权业务却占到高通税前利润的大多数。

作为在2/3/4G移动网络专利方面领先的企业,高通不止一次因为其滥用市场地位而受到处罚。在此之前,我国发改委已经就此对高通处以61亿元罚款,韩国也对高通罚款1万亿韩元,另外,欧洲、中国台湾等地区也在调查高通垄断问题。(许超)

涉外贴牌加工是否涉嫌商标侵权?

受托加工轮胎被诉 法院终审给出答案

■ 王国浩

“振兴轮胎工业,营造国际品牌。”在坚持“引进来”并“走出去”过程中,山东永泰集团有限公司(下称永泰公司)近期因贴牌加工遭遇了一场商标侵权纷争。

日前,山东省高级人民法院针对这场纠纷作出二审判决,认定永泰公司接受在欧盟注册的第008792021号“DMACK GRIPPA”商标(下称涉案欧盟商标)权利人的委托,使用该商标生产涉案商品并将涉案商品全部出口到国外,未侵犯迪马克轮胎(青岛)有限公司(下称青岛迪马克公司)对第7873139号“DMACK GRIPPA”商标(下称涉案商标)享有的专用权,并驳回了青岛迪马克公司的上诉主张。

贴牌加工引纷争

涉案商标由英国迪马克有限公司(下称英国迪马克公司)于2009年11月30日提出注册申请,2011年1月21日被核准注册,核定使用在汽车内胎、汽车轮胎等第12类商品上。2011年12月27日,涉案商标被转让给青岛迪马克公司。

2015年3月19日,青岛海关作出知识产权状况调查结果通知书,称对永泰公司于2014年10月29日、11月3日申报出口的半钢轿车午线轮胎完成侵权状况的调查、认定,并表示不能认定上述

货物是否侵犯了青岛迪马克公司在海关总署备案的涉案注册商标专用权。

对此,英国迪马克公司法定代表人理查德·考玛克表示,上述查封货物系经过该公司授权生产销售的,涉案货物主要销售给世界汽车运动联合会举办的拉力锦标赛以及俄罗斯、南美洲等国家或地区,该货物先运到英国,在英国仓库存储后再运往各地,其还与世界汽车拉力锦标赛签订合同,约定将轮胎运到赛场进行安装,出口到英国的货物由英国迪马克公司接收,出口到俄罗斯的货物由集装箱直接送到客户处,在俄罗斯的接收方为英国迪马克公司。

据了解,涉案欧盟商标由英国迪马克公司于2010年12月10日在欧共体内部市场协调局(2016年3月23日更名为欧盟知识产权局)注册,核定使用在内胎、车辆轮胎等第12类商品上。

2015年6月23日,MORGAN公司董事埃利斯·奥根签名出具文书称,英国迪马克公司系涉案欧盟商标的唯一排他授权使用人。永泰公司系英国迪马克公司的次级被授权人,有权生产带有涉案欧盟商标的轮胎,并将相关轮胎产品出口给英国迪马克公司和英国迪马克公司指定的任何第三方,授权

期限为2011年5月30日至2021年5月30日。

青岛迪马克公司认为,永泰公司在其申报出口的涉案轮胎上使用“DMACK GRIPPA”标识的行为,侵犯了其对涉案商标享有的专用权,随后将永泰公司诉至青岛市中级人民法院,请求法院判令永泰公司停止生产销售并销毁库存以及在海关查扣的带有涉案商标的轮胎,同时赔偿其经济损失及维权费用共计79.5万余元。

二审判决见分晓

在青岛市中级人民法院一审判决驳回青岛迪马克公司的诉讼请求后,青岛迪马克公司向山东省高级人民法院提起上诉。其主张涉案商品系永泰公司销售给青岛盾轮国际贸易有限公司(永泰公司设立的对外贸易公司,下称盾轮公司)由盾轮公司出口,因此,永泰公司与盾轮公司之间存在中国市场销售的情形。

据山东省高级人民法院查明,2011年6月21日,青岛迪马克公司与永泰公司签署《备忘录》,约定由永泰公司使用“DMACK”品牌为青岛迪马克公司加工轮胎产品,并约定双方合作期间,永泰公司拥有中国范围内“DMACK”品牌的独家宣传使用权,同时拥有在其他国家宣传的权利,且青岛迪马克公司

不再授予中国任何工厂对该品牌的宣传权。

对于涉案轮胎商品是否在中国市场进行销售,二审法院经审理认为,在案证据能够证明涉案商品系永泰公司接受商标权利人委托生产、销售,而涉案商品报关单上标注的经营单位及申报单位均是永泰公司,故应认定对外出口销售行为系永泰公司实施。同时,在案证据可以证明在永泰公司与英国迪马克公司的交易中,存在永泰公司指定盾轮公司接受货款商业惯例,仅凭盾轮公司出具发票的行为不能证明涉案商品系盾轮公司销售;另外,青岛迪马克公司提交的在案证据不足以证明涉案商品系永泰公司销售给盾轮公司再由盾轮公司对外销售,而且青岛迪马克公司认可永泰公司在中国并无向盾轮公司以外的其他主体销售的行为。据此,法院认为青岛迪马克公司关于永泰公司向盾轮公司销售了涉案商品,因此永泰公司在中国市场存在销售行为的主张不能成立。

针对永泰公司在涉案商品上使用“DMACK GRIPPA”商标是否具有主观过错,二审法院认为,在案证据可以证明MORGAN公司作为受托人持有涉案欧盟商标,英国迪马克公司系该商标的唯一排

他授权使用人,永泰公司系英国迪马克公司的次级被授权人,有权生产带有该标识的轮胎,并将该轮胎出口给英国迪马克公司和英国迪马克公司指定的任何第三方;同时,英国迪马克公司在欧盟享有“DMACK GRIPPA”商标的使用权,并在英国和俄罗斯分别注册了“DMACK”商标,永泰公司根据英国迪马克公司的授权生产、销售涉案商品并全部出口到英国和俄罗斯,尽到了合理的注意义务。因此,永泰公司在涉案商品上使用“DMACK GRIPPA”商标不具有主观过错。

综上,二审法院认为永泰公司接受国外商标权利人的委托,使用涉案欧盟商标“DMACK GRIPPA”生产涉案商品并将涉案商品全部出口到国外,涉案商品并未在中国市场上流通,因此,本案中永泰公司在中国使用涉案欧盟商标“DMACK GRIPPA”的行为并未产生识别商品来源的功能,不构成我国商标法意义上的使用,永泰公司的使用行为亦不具有主观过错,其未侵犯青岛迪马克公司对涉案商标享有的专用权。据此,二审法院判决驳回青岛迪马克公司的上诉,维持原判。

▲ 庭审现场