

国际仲裁：良性竞争“做大蛋糕”

■ 本报记者 陈璐



“对比中外仲裁,国际仲裁之间的差异依然存在。但是由于国际经济贸易发展、机构竞争与合作、联合国及其他国际专业组织的努力,国际仲裁在逐步融合与趋同。”中国国际经济贸易仲裁委员会副秘书长李虎在日前由中国贸促会和新加坡律政部共同主办的中国—新加坡国际商事争议解决论坛上指出。

中外仲裁在实践中存在诸多差

异。比如,仲裁机构作用不同、经办人作用不同、仲裁员作用不同等等。“国际仲裁程序中有案件经办人和仲裁秘书两个角色,案件经办人是机构的工作人员,根据《国际商会国际仲裁院仲裁规则》等处理案件,案件经办人基本上不可以担任公职。”李虎指出,根据香港国际仲裁中心的指南,仲裁庭可以雇用机构的工作人员担任仲裁秘书。但

是,一旦被指定为仲裁庭秘书,就不能在同样案件中担任案件经办人。按照贸仲委规则,案件经办人可以同时担任仲裁庭秘书,为仲裁庭提供专业的服务。

李虎还指出,在中国仲裁中,若双方当事人同意进行调解,仲裁员可以担任调解员,对案件进行调解,将仲裁与调解相结合。在国际仲裁中,民事授权的情况下,仲裁庭可以友好调和人的身份,依据衡平规则,超越法律规定对案件进行仲裁。但是,中国《仲裁法》无此规定。

此外,中外仲裁庭查明的事实方式也不同。“大陆法系与普通法系相比较,在大陆法系国家,主要通过书面证据证明事实,采取简洁的方式进行,开庭一般是半天、一天或一天半。但在普通法系下,即便是事实书面证据能够查明案件的事实,仍然需要进行严格的交叉讨论来进一步印证案件事实。”李虎称。

国际仲裁是解决国际贸易投资纠纷的有效手段,其服务于国际经

济贸易。国际经济贸易发展程度和方向也决定了国际商事仲裁的发展和方向。

李虎举例称,“电子商务依托于互联网和云信息,是后现代国际贸易的重要方式。电子商务的发展带来了许多网络纠纷,网上仲裁等纠纷解决方式也应运而生。电子商务通过网络得以进行,诸多证据是在线形成的,也就需要与其特性相适应的纠纷解决方式,以适应这一领域的快捷性。”

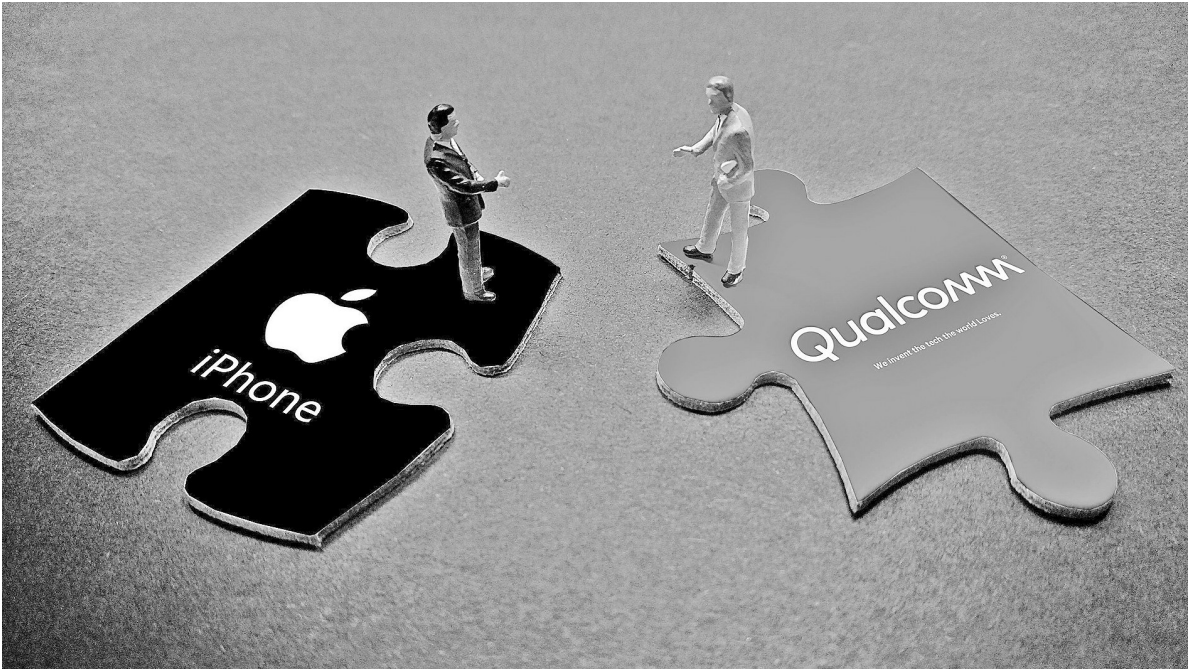
仲裁机构为仲裁提供管理服务,每个仲裁机构都拥有很多的仲裁案件,仲裁机构之间的竞争也是事实。

“仲裁机构之间应相互合作良性竞争,共同推广仲裁,做大仲裁市场,彼此受益,彼此发展。在良性竞争的过程中,每个仲裁机构都需要不断地进行程序创新,优化自身仲裁实践,提高仲裁的吸引力。”李虎认为,比如紧急仲裁员制度,最早是由美国仲裁协会提出并实

施的,后来,瑞典斯德哥尔摩商会仲裁院在其新修订的《SCC2010规则》中增加了该制度,之后,香港国际仲裁中心、新加坡国际仲裁中心、国际商会、贸仲委都纷纷采取了这种制度。这种相互借鉴的结果将商事仲裁推向良性发展的轨道,如此循环,国际商事仲裁品牌在机构竞争与合作中将不断往前推进。

《承认及执行外国仲裁裁决公约》(简称纽约公约)现有150多个缔约国,为国际仲裁裁决在国际范围内成立执行,奠定了坚实基础。还有《联合国国际贸易法委员会国际商事仲裁示范法》为世界各国国内仲裁立法提供典范。

“通过日渐形成的统一认识,为国际仲裁裁决的承认与执行创造了良好的环境。”李虎称,仲裁机构之间也应加强合作与交流,进行程序创新,相互借鉴,坚持规则为导向,共同促进国际商事仲裁发展,从而更好地服务于国际经济贸易发展。



iOS 12.1立功了,这个系统让高通状告苹果侵权的六个专利全部无效。据外媒报道称,苹果在最近提交给ITC的一份文件中强调,iOS 12.1已经对诉状中的一项关键专利——美国专利9535490,实施了绕过方案,该专利涵盖了“计算设备的节能技术”。

这意味着,高通不太可能在本案中获胜。即使胜诉,也不会涉及iOS 12.1软件升级后的iPhone产品。备受全球关注的苹果和高通的专利官司,将在4月接受最终裁决,他们还将围绕专利使用费和反竞争专利授权展开争斗。(王素)

德国反垄断局不允许Facebook任意收集用户信息

德国反垄断监管机构联邦卡特尔局(FCO)近日宣布,将打击Facebook的数据收集行为。之前,FCO曾裁定Facebook滥用其市场主导地位,在用户不知情或不同意的情况下收集用户信息。

FCO局长安德烈亚斯·蒙德特(Andreas Mundt)表示:“今后,Facebook将不再被允许强迫用户同意不受限制地信息收集。”

对于FCO的该决定,Facebook表示将上诉。Facebook称,FCO低估了Facebook所面临的竞争,破坏了去年生效的全欧洲范围内的隐私规定,即《通用数据保护条例》(GDPR)。

早在2016年3月,德国政府就对Facebook展开反垄断调查,以评估其是否通过违反数据保护法而滥用其市场地位。

FCO当时在一份声明中称:“我们初步怀疑,Facebook关于使用用户数据方面的‘服务条款’违反了

数据保护法。Facebook要求用户同意一些‘令人难以理解’的条款,我们高度怀疑这种行为的合法性。”

经过约20个月的调查,FCO去年12月给出了初步的调查结构,称Facebook滥用其市场主导地位,利用所收集的用户数据提供精准广告服务,以从中获利。

Facebook是全球最大的社交网络,拥有约20亿月活跃用户,主要通过其平台上的精准广告获取营收,这得益于Facebook所收集的大量用户数据。为此,Facebook在德国受到了政治家和监管部门的强烈指责。

此外,德国消费者组织联合会(FGCO)还将Facebook告上法庭,称Facebook违反了德国的消费者保护法,原因是Facebook默认开启“数据共享”功能。

去年2月,柏林地方法院裁定,Facebook在未告知用户的前提下,将所收集的数据用于广告服务,这

违反了德国的数据保护法。柏林地方法院称,根据德国数据保护法的规定,必须要提前得到用户的同意,Facebook才能将所收集到的用户数据用于广告服务。

去年4月,在曝出约8700万用户信息泄露事件后,FCO局长蒙德特再次表示,Facebook对用户数据的收集方式是有问题的,FCO将对Facebook采取行动。

蒙德特当时称,Facebook在德国社交媒体市场占有率有90%以上的份额。如果Facebook拥有主导地位,那么用户同意Facebook收集和使用其数据就不属于自愿的。因为用户别无他选,要想使用社交网站,只能用Facebook。

上周曾有报道称,德国将在一周内就Facebook肆意收集和使用用户个人信息问题作出终极裁决。

今日,FCO作出决定,将不允许Facebook强迫用户同意其不受限制地信息收集行为。(周中)

PCT协作式检索和审查试点将重启

本报讯 中美欧日韩知识产权五局PCT协作式检索和审查试点(CS&E)已于2018年7月1日启动,为期两年,各局接受试点限额均为100件,各试点年度限额50件左右,并先行受理英文PCT申请参与试点。试点启动后,得到广大申请人的积极参与,进入试点案件量已于2018年11月突破40件。为确保试点效果,国家知识产权局已于去年11月7日发布通知,暂停受理CS&E请求,直至启动中文PCT申请参与试点之时。

目前,国家知识产权局已完成中文PCT申请参与试点的准备工作,并决定于2019年3月1日启动中文PCT申请的受理,后续安排如下:

2019年3月1日至6月30日,申请人可根据《PCT协作式检索和审查(PCT CS&E)试点项目用户指南(中文PCT申请版)》,以中文PCT申请向国家知识产权局提出参与试点请求,在此期间英文PCT申请暂不受理,接受额度为10件,每位申请人限2件。

申请人需在提交中文PCT申请之时或一个月内提交该中文PCT申请的英文译文,并确保译文质量。受本试点额度限制,较早提交满足质量要求英文译文者将被优先批准参与试点。

自2019年7月1日至2020年6月30日,国家知识产权局将同时受理中英文PCT申请参与试点的请求。如试点数量达到限额,国家知识产权局将发布暂停或停止受理相关请求的通知。

(来源:国家知识产权局)

▼贸易预警

智利终止对进口奶粉和高达奶酪保障措施调查

日前,WTO保障措施委员会发布智利代表团向其提交的保障措施调查通报。2018年12月26日,智利调查机关裁定进口奶粉和高达奶酪未对其国内产业造成严重损害或损害威胁,故决定终止对进口奶粉和高达奶酪的保障措施调查,不建议对涉案产品实施保障措施。

摩洛哥延长进口冷轧板保障措施

近日,WTO保障措施委员会发布摩洛哥代表团向其提交的保障措施调查通报。2019年1月11日,摩洛哥调查机关决定延长进口冷轧板以及镀膜或涂层板的现行保障措施,具体措施如下:涉案产品的固定配额为36,000吨,2019年1月1日—2019年12月31日对超出配额涉案产品征收16%附加进口关税,2020年1月1日—2020年12月31日,征收15.5%附加进口关税,2021年1月1日—2021年12月31日征收15%附加进口关税。本决议自2018年12月31日起生效至2022年1月1日为止,有效期为3年。香港和澳门特别行政区以及台湾地区不在本案保障措施适用范围。

2014年6月11日,摩洛哥对进口冷轧板以及镀膜或涂层板进行保障措施立案调查。2014年10月27日,摩洛哥开始对进口涉案产品征收临时保障措施税。2015年8月29日,摩洛哥开始正式对涉案产品实施保障措施至2018年12月31日终止。2018年7月31日,摩洛哥对进口冷轧板以及镀膜或涂层钢板启动第一次保障措施日落复审立案调查。

印度对华扑热息痛作出反倾销终裁

日前,印度商工部反倾销局发布公告称,对原产于或进口自中国大陆的扑热息痛作出第三次反倾销日落复审终裁,裁定若取消现行反倾销税,原产于或进口自中国大陆的涉案产品对印度的倾销以及对印度国内产业造成的损害将不再继续或再度发生,因此不建议继续采取反倾销措施。

2001年1月30日,印度商工部发布公告,对原产于或进口自中国大陆和台湾地区的扑热息痛进行反倾销立案调查。2012年8月26日,印度商工部发布公告,对原产于中国大陆的扑热息痛进行第二次反倾销日落复审立案调查。(本报综合报道)

▼法律干线

贸仲委秘书长参加中国政法大学仲裁研究院理事会会议

本报讯 日前,贸仲委副主任兼秘书长王承杰应邀参加中国政法大学仲裁研究院召开的理事会会议暨贯彻落实中央深化仲裁改革座谈会。

会议由中国政法大学仲裁研究院院长杜新丽、秘书长姜丽丽主持。中国政法大学校长黄进、全国人大法工委民法室原主任贾东明、司法部公共法律事务管理局仲裁处处长石海、中国中央电视台社会与法频道总监王广令出席了会议。来自其他十余家地方仲裁机构负责人作为理事单位代表参加了座谈。

会议总结了中国政法大学仲裁研究院2018年工作成果,介绍了2019年工作计划,听取了理事

单位的意见。会议还结合中央深化改革精神,围绕纪录片《仲裁在中国》的摄制、播出及下一步相关工作安排进行了研讨。

王承杰对进一步加强仲裁理论研究和宣传推广提出意见。他表示,仲裁制度性、实践性的研究深度目前尚不足,有必要集中力量深耕细作,夯实基础。他表示,对于中国仲裁的深厚文化和丰富实践,除了进行国内宣传,还应重点走出去,多方位、多层次地向国际展示中国仲裁的风貌。他最后指出,仲裁行业要勇于探索和实践,肩负服务中国对外开放和发展的重任。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)

数据垄断首纳入反垄断执法

本报讯 日前,市场监管总局发布《禁止滥用市场支配地位行为的规定(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。这是国家反垄断机构“三合一”以来,市场监管总局发布的第二份有关反垄断执法的操作细则文件。

数据垄断这一前沿命题,此次在征求意见稿中被提及。征求意见稿规定,在认定互联网经营者的市场支配地位时,除了考虑其市场份额,还要考虑其掌握相关数据情况。

这是第一次将互联网企业的数据垄断纳入反垄断执法考量范围。

在中国政法大学国际经济法研究所副所长戴龙看来,将数据维度作为对互联网企业的市场份额的一个新的考量因素,反映了目前大数据时代数字经济的特征,是法治的与时俱进。

“通过部门规章来体现数字经济时代的规制需求,也是一种明确的指向,即考量互联网企业的市场支配地位,不能只依靠市场份额来判断,还需考虑企业数据掌握情况,创新形式等,在反垄断法制订的时候,数据问题还未如此突出,过去反垄断法在判定经营者市场支配地位

时也较为看重市场份额,但按照反垄断法的认定因素已经不适合目前数字经济的发展情况。”戴龙说。

据介绍,去年出台的《电子商务法》已明确的将判定电子商务领域经营者是否具有市场支配地位引入新的标准包括用户数量等因素,以进一步完善监管。

未来中国的反垄断执法将如何针对上述规定进行落地操作?戴龙认为,目前互联网经济中的数据问题是一个还未形成共识的问题。比如什么是数据垄断、如何判定数据垄断、达成数据垄断地位又是否将产生排除竞争的恶性效果?目前,没有确切的标准和共识,还需要具体问题具体分析。

“欧盟的执法是最为严格的,最典型的数据垄断案例是谷歌的比价服务,通过关键词搜索导向自己的购物比价网站,欧盟罚其滥用市场支配地位。”戴龙介绍,从中国实践来看,目前的大数据杀熟、制定歧视性价格,算法合谋、多家网站用相同的算法达成共同的价格,以及数据型企业并购,可能会触发反垄断执法对数据垄断的审查。

(蒋小天 唐孜孜)

发布互联网广告 合规很关键

■ 本报记者 钱颜

误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。经营者不得通过组织虚假交易等方式,帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

“而互联网中虚假好评、刷单、夸大功效、引人误解等宣传行为就很可能触犯相关法律。”张斌说。

欺骗型虚假宣传就是法律规定的常见虚假宣传行为之一。“比如对商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假的商业宣传就是欺骗型虚假宣传。尤其是针对网络‘刷单’行为,新《反不正当竞争法》对虚假宣传的具体内容予以细化,明确经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传。”张斌举例说,2015年3月,江苏省连云港工商执法人员检查中发现当事人李某涉嫌利用网络虚构交易,遂对其进行立案调查。经查,2015年1月,李某通过找“网络买家”进行刷单虚构

交易。“网络买家”按照李某制定的“刷单”计划购买指定的商品,之后一个星期左右时间,“网络买家”确认收货并给予好评后,李某通过支付宝将货款和刷单费转账给对方,刷单费为虚假交易金额的1%。经审理,李某的上述行为违反了相关规定,构成通过虚构交易为自己提升商业信誉的虚假宣传行为。

此外,误导型虚假宣传也很常见。王老吉加多宝“中国第一罐”之争一案就是误导型虚假宣传的典型案列。2014年开始,加多宝中国、广东加多宝陆续在其官方网站、《南方日报》、《深圳特区报》、其他网络媒体等渠道发布:“加多宝连续7年荣获‘中国饮料第一罐’”、“加多宝凉茶荣获中国罐装饮料市场‘七连冠’”等文字。王老吉认为,加多宝进行上述宣传系故意混淆是非,意图侵占附着于王老吉凉茶上的巨大商誉,让消费者误认为加多宝凉茶

就是王老吉凉茶,其行为严重侵害了广药集团及王老吉大健康公司的合法权益,因此开始了长达两年的“中国第一罐”之争。

张斌指出,该案就属于典型的以歧义性语言或者其他引人误解方式进行商品宣传的常见虚假宣传行为。加多宝中国公司和广东加多宝公司在生产、销售的凉茶上停止使用“王老吉”商标后,自2012年5月开始在其生产、销售的凉茶上使用“加多宝”商标。涉案广告语可理解为两种含义,就第一种含义而言,即加多宝品牌的凉茶自2007年至2013年连续七年在中国的市场的销售数量或者销售金额排名第一,这与加多宝品牌的凉茶才生产、销售三年的事实不符。因此,涉案广告语对加多宝品牌的凉茶的宣传是不真实和虚假的。

张斌还提醒企业,根据《广告法》规定,发布医疗、药品、医疗器

械、农药、兽药和保健食品广告,以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告,应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查;未经审查,不得发布。因此涉及相关领域的企业一定要在宣传前做好法律功课。

“在广告发布前,企业的法律部或广告部要审核其真实性、合法性以及是否健康、符合公序良俗。”张斌强调,实践中,很难做到对企业互联网上的全部宣传广告进行事前审查,因此,在广告发布后仍要对这些内容进行严格监控,多渠道关注企业的官网、微信公众号、微博等。一旦企业面临执法机关调查,宣传部门应谨慎处理,避免直接用自身朴素想法回答调查人员的问题,遇到棘手问题,应建议补充提交材料。同时,企业内部要迅速全面排查广告宣传渠道,将违法广告第一时间撤回。