

新媒体时代，产品宣传需熟读《广告法》

■ 本报记者 钱颜

中秋节期间，李子柒品牌月饼礼盒因印有天安门和“华表”等图案，引起争议。有专家表示涉嫌违反《广告法》。近日，某电影在海报中用到了国旗图案，也被质疑违法。

“对于广大零售行业经营者而言，广告宣传、促销活动都是吸引消费者、打开市场销量的必要手段。”东海律师事务所合伙人朱洪在接受中国贸易报记者采访时表示，数字经济时代，企业须弄清楚《广告法》的相关规定，尤其要重视网上广告宣传背后的风险。

“国旗、国徽、天安门、主席像等都是敏感的产品装饰，不建议企业在产品宣传中随意使用。”朱洪介绍，根据我国法律规定，广告中不得出现下列情形：一是使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽、军旗、军歌、军徽；二是使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。

金杜律师事务所合伙人戴月向记者介绍说，企业普遍存在的误区是只认为使用传统广告形式进行宣

传才属于宣传行为。实际上很多新媒体宣传手段，也被视为广告宣传行为。例如某全球领先信息服务提供商A公司的微信公众号宣传文案，被法院认为属于广告文字。理由是微信公众号推广具有向微信用户介绍商品或者服务的作用，是企业宣传的有力途径，传播范围广、速度快，不受地域限制，其传播的有效性胜于传统媒介。

“直播带货行为也是如此。某商贸公司委托自然人张某以网络直播方式对其公司鸡精进行宣传，该行为被市监局认定商贸公司发布了保健食品广告，广告媒介为自然人网络直播间。处罚决定责令当事人停止发布广告，并在相应范围内消除影响，接受罚款。”戴月表示，企业在发布会上介绍拟销售产品的基本信息、规格、参数等，发放宣传手册、展示宣传海报、播放宣传视频等也是企业推广常用的形式。

戴月强调，企业不能在广告宣传中用“第一品牌”“最佳原料”等绝对化用语。此外，对竞争对手产品

进行贬低或被贬低对象不特定，都可能涉嫌违反《广告法》规定。

企业还须注意特殊主体的发声出境问题。《广告法》第三十八条规定，广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

例如某公司在其官网上发布某配方奶粉的宣传广告，并配图安某（胡某之子，当时不到7岁）的形象和“活动嘉宾：胡某、安某”的文字介绍；并在其微信公众号上对胡某、安某参与的某配方奶粉的网络直播活动进行介绍、推广；通过其官方微博发布7条含有安某姓名和形象的微博文章及视频链接。该公司的行为涉嫌违法《广告法》。

为防止在新媒体时代出现广告

违法行为，戴月建议，首先，企业应严格管理对外宣传渠道。注意管理企业运营的微信公众号、官方微博、官网网站、App产品等对外宣传窗口，严格审核发布其上的信息内容。进行网络直播、召开产品发布会前，对发言人发言内容、产品海报、宣讲PPT等宣发资料中的信息进行严格审核。

其次，要仔细审核对外宣传信息。应注意避免商品的对外宣传信息（包括但不限于微信公众号、微博、直播活动、发布会等宣传渠道中包含的信息）中出现绝对化用语、与其他产品进行比较甚至贬低竞争对手等违法情形，使用广告代言人前应当严格审核代言人的主体资格。

最后，要积极应对可能的监管。如因商品宣传问题受到市场监督管理部门的调查或收到相关告知文件，建议尽快请法律专业人员就可能的法律风险进行研判，并确定处理策略。在客观评估的基础上，依法配合宣传部门的调查，积极对涉及违法的问题宣传行为进行纠正。

区块链行业反洗钱标准即将出台

本报讯 日前，区块链行业应用反洗钱标准讨论会举办。会议对《区块链行业应用反洗钱一般性要求》的内容进行了深入探讨与交流，同时参与起草内容的企业现场进行相关报告，并最终共同达成成立“区块链行业应用反洗钱技术联盟”的共识。

中国软件行业协会区块链分会秘书长崔志如认为，区块链技术的集成应用在新的技术革新和产业变革中起着重要作用，因此对区块链行业从业者提出了四大要求。一要把区块链作为核心技术自主创新的重要突破口，二要加强区块链标准化研究，提升国际话语权 and 规则制定权；三要推动区块链和实体经济深度融合；四要把依法治网落实到区块链管理中，推动区块链行业安全有序发展。

区块链反洗钱标准起草小组副组长宋爱陆介绍，随着区块链技术生态、数字经济等不断成熟，更高的透明度、安全性以及合规性已经成为了全球投资者和用户的共同诉求。在区块链产业加速发展的同时，借由区块链金融新业态的金融犯罪风险相伴而生。其中，新型洗钱方式也呈现出从传统金融方式向区块链领域扩散，如衍生出暗网出入金匿名生态、比特币交易洗钱，其他匿名数字货币洗钱，去中心化交易所洗钱等新型手段。

（吴峰）

贸易预警

越南企业对涉华山梨醇提起反倾销申请

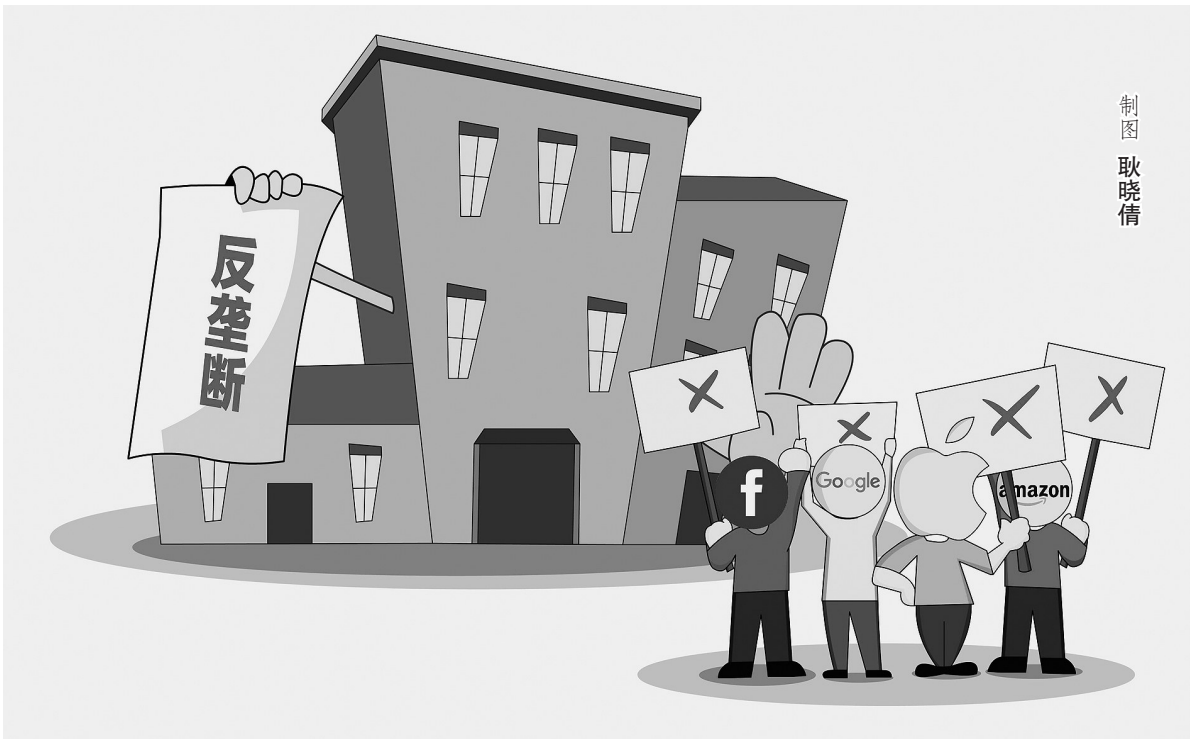
近日，越南贸易防卫局发布消息称，越南国内企业于8月18日对原产于中国、印度和印度尼西亚的山梨醇提起反倾销调查立案申请，越南贸易防卫局已正式受理。越南商工部将于45日内决定是否立案。

印度对华HFC制冷剂产品启动反倾销调查

日前，印度商工部发布公告称，应印度企业提交的申请，对原产于或进口自中国的HFC制冷剂产品启动反倾销立案调查。此次调查的产品不包括氢氟烃混合物407和410。

欧盟对华聚乙 烯醇作出反倾销终裁

近日，欧盟委员会发布公告称，对原产于中国的聚乙 烯醇作出反倾销肯定性终裁，决定对中国涉案产品征收17.3%至72.9%的反倾销税，其中内蒙古双欣能源化工有限公司为72.9%，中国石油化工集团有限公司为17.3%，安徽皖维集团有限责任公司为55.7%，长春化工（江苏）有限公司为57.9%，中国其他企业为72.9%。（本报综合报道）



制图 耿晓倩

近日，美国众议院司法委员会发布了一份长达449页的调查报告，直指亚马逊、苹果、Facebook和谷歌滥用市场支配地位，阻碍创新和损害消费者利益。对此报告苹果、谷歌表示一致反对。

（李思）

恶意注册乱象亮黄灯 《商标代理管理办法》征求意见

本报讯 近日，国家知识产权局发布通知，就《商标代理管理办法（征求意见稿）》向社会公开征求意见。

据了解，征求意见稿共7章57条，主要从规范商标代理机构备案制度、明确商标代理行为规范、丰富商标代理监管手段、完善对商标代理违法行为的处理措施、加强商标代理行业自律等方面着手，以规范商标代理行为，保障委托人、商标代理机构和商标代理从业人员的合法权益，维护商标代理市场的正常秩序，促进商标代理行业健康发展。

恒信知识产权法律中心负责人周蕊在接受记者采访时表示，市场

上存在大量无资质的商标代理机构，以申请保过、插队提前审核、复审一定过等噱头吸引企业的注意，如果企业对商标申请知识一窍不通，很可能受到欺诈，或者耽误商标申请时间，造成企业商标权益或经济权益的损失。

征求意见稿明确，商标代理机构从事商标代理业务不得采取欺诈等不正当手段，不得有害于社会主义核心价值观风尚或者有其他不良影响；商标代理机构及其法定代表人、股东、合伙人、实际控制人、高级管理人员不得申请注册或者受让其代理服务以外的其他商标，也不得通过

另行设立市场主体等其他方式变相从事上述行为；商标代理从业人员应当根据商标代理机构的指派承办商标代理业务，不得以个人名义自行接受委托；商标代理从业人员不得同时在两个以上商标代理机构从事商标代理业务。

此外，征求意见稿还明确，国家知识产权局建立商标代理机构和商标代理从业人员信用监管制度，建立全国的商标代理机构信用档案；商标代理机构存在因商标代理违法行为受到行政处罚，或者被决定停止受理其办理商标代理业务等情形，并造成严重后果、社会影响恶劣的，按照国

家有关规定列入严重违法失信名单；知识产权管理部门对商标代理机构和商标代理从业人员的检查、监督，可以根据监管实际情况，采取书面检查、实地检查、网络监测等方式进行；对已被列入经营异常名录或者严重违法失信名单的商标代理机构，应当依法进行实地检查。

周蕊建议有关困扰的企业在征求意见期间可向国家知识产权局递交申请，向政府反映商标代理行业不正当竞争、专业水准缺失等问题，还可以针对行业划分指导、复审指导、细化收费规则、恶意注册商标行业规范等提出建议。

去年年底开始施行的《规范商

标申请注册行为若干规定》，强调了对于恶意注册商标行为的惩罚。规定指出，对帮助从事恶意申请的商标代理机构处以最高十万元的罚款，情节严重的停止其受理业务。其中强调了由商标代理行业组织依法采取自律措施等严厉打击恶意商标申请注册行为的长效机制。“此次出台的《商标代理管理办法》中，可以再次强调行业组织自律机制的建立，除了指导商标代理机构完善管理制度，组织培训教育外，可以制定服务指南和具体程序指引，方便代理机构进一步落实。”周蕊表示。（穆青风）

搜索关键词惹纠纷，法院辨明是与非

用搜索引擎检索某公司时，出现的却是其他公司的信息，相信不少人曾遇到过这类事情。殊不知，这种操作多由当事人通过设置搜索关键词完成，而且此举涉嫌构成对他人的不正当竞争。

近日，佛山市国方识别科技有限公司诉汇桔网构成商标侵权和不正当竞争案件引发关注。国方公司成立于2003年11月6日，其主要经营范围为商标代理、策划、咨询服务等，经许可，国方公司获得“国方”等多件注册商标的独占使用权。博鳌公司则于2013年7月30日登记成立，主要经营范围为网络技术的研究、开发、信息技术咨询等，是汇桔网的主办单位。

国方公司在发现博鳌公司涉嫌侵权的行为后，以商标侵权和不正当竞争为由将博鳌公司及某搜索引擎服务商起诉至广东省广州市黄埔区人民法院（下称黄埔法院），请求法院判令博鳌公司停止使用“国方商标”“国方商标软件”等带有国方字样关键词进行商业宣传与推广，某搜索引擎服务商立即停止为博鳌公司的涉嫌不正当竞争行为提供竞价排名和搜索指引服务；二公司立即停止涉嫌侵犯“国方”等多件注册

商标专用权的行为并赔偿经济损失及合理开支32.7万元。

黄埔法院经审理认为，博鳌公司的相关行为足以引人误认为国方公司与汇桔网存在特定联系，割裂了客户和国方公司的联系，该行为构成不正当竞争。某搜索引擎服务商作为网络服务提供者，与国方公司不存在业务竞争关系，且没有证据证明其与博鳌公司共同侵权。

据此，黄埔法院一审判决博鳌公司停止侵权并赔偿国方公司经济损失8万元。

一审判决后，博鳌公司不服，上诉至广州知识产权法院。

博鳌公司认为，一审法院判决博鳌公司存在不正当竞争关系属于事实上的认定错误。首先，博鳌公司作为汇桔网的经营者的主办单位，在对汇桔网站后台的设置及对外推广上是严格按照法律的规定以及网络提供方的规则进行设置和推广的，作为一审被告的某搜索引擎服务商也证实了这一点，因此博鳌公司作为网络使用方是无法主动导致涉案网页进行关联，也无法预见涉案网页关联情况的出现，所以上述情况发生的根本原因并不是博鳌公司导致的。其次，对于导致涉案

网页关联的真正原因，博鳌公司在一审期间已经提交了网络提供方即某搜索引擎服务商的相关关联规则、权重规则、排名规则等证据材料，该组证据可以充分证明涉案网页关联的真正原因。另外，在关联网页的网址后缀中已经明显提示该网页的性质为快照及该链接为非商务推广链接，仅为方便用户搜索的快照服务。同时某搜索引擎服务商在原审阶段也证实了博鳌公司并没有与其签订含“国方”字样的关键词推广协议，因此，涉案网页的关联以及页面的排位博鳌公司是无法控制的。

广州知识产权法院结合在案证据，认为一审判决认定事实清楚，适用法律正确，据此驳回了博鳌公司的全部上诉请求。

将他人商业标识或者企业名称设置为关键词的行为显然具有不正当性，但对该行为的定性问题，业界通常有两种不同意见：一种认为构成商标侵权，另一种则认为应属于不正当竞争。而在该案中，一审法院认为博鳌公司的涉案行为未构成商标侵权，而构成不正当竞争，对此二审法院予以维持，当事人也未提出异议。那么，法院判决的依据是什么？

对此，黄埔法院在一审判决中



“全球贸易治理存在相互矛盾的两个方向”

本报讯（记者 钱颜）日前，中国贸促会法律部在线举办党建业务周五讲堂。本期讲堂由中国贸促会法律部、江苏省贸促会共同主办，邀请对外经济贸易大学中国WTO研究院院长、中国WTO研究生会常务理事、中国经济社会理事會理事屠新泉围绕“WTO的未来”进行授课。

中国贸促会法律部副部长郑伟在致辞中表示，WTO对中国的改革起到了推动作用，帮助中国积极参与国际市场。同时中国的人世也为WTO贡献了强大的动力，在和平解决国际争端、促进以规则为基础的全球经济体系建设方面起到典范作用。世界发展日新月异，WTO规则也面临着挑战，中国将与WTO相互促进，携手前行。

屠新泉在会上表示，当前，全球贸易治理存在相互矛盾的两个方向，情况并不明朗。第一种是寻求更高层次的经济一体化，关注点从自由化转向市场化、从边境措施转向边境后措施。第二种是寻求一定程度的逆全球化、供应链收缩、降低对外依赖，以国家安全名义采取投资和贸易限制措施，降低新冠肺炎疫情的影响。我国如何改革融入国际市场，找到相兼容的

方式非常重要。

其中，改革国内补贴政策很关键。对此，屠新泉提出五点建议。一是产业补贴政策要从以差异化、选择性为主转为以普惠化、功能性为主，弥补“市场失灵”。二是加大对科技研发、专业化人力资本、外部性强的基础设施的支持。三是加强产业补贴总量控制和绩效审查。坚决防止和遏制不规范和无序的产业补贴，防止催生低效落后产能。四是加强地方政府补贴透明度与审查机制，严格禁止地方政府干预银行的经营活动，设立地方政府补贴的行政诉讼机制。五是深入推进国有企业和国有控股金融机构改革，落实“竞争中性”原则。

6月，欧盟委员会发布了《针对外国政府补贴的促进公平竞争白皮书》，提出了针对非欧盟国家政府补贴的审查制度框架，拟在企业并购、公共采购、申请欧盟资金等领域加强监管。为了维护企业海外权益、为企业创造良好营商环境，中国贸促会正在积极跟踪关注《白皮书》征求公众意见的进程。屠新泉认为，《白皮书》当前的内容是初步方案，具体实施有待观察。从其中对补贴的定义趋势来看，或许对WTO相关规则起到冲击作用。

擅用“康师傅”商标一审被判侵权

本报讯 近日，北京市海淀区人民法院对原告顶益（开曼岛）控股有限公司与被告郑州市康师傅饮水有限公司、北京搜土信息技术有限公司侵犯商标权及不正当竞争纠纷案作出一审判决。

法院经审理后认为，顶益公司对涉案商标享有注册商标专用权，应依法受到保护。郑州康师傅公司提供的产品为桶装水，与“康师傅”商标核定使用的第32类商品中的“水”，构成同一种商品，与第30类中的“方便面”“咖啡、茶”既不相同也不相似。郑州康师傅公司使用的“康师傅”文字与第1321811号注册商标构成近似商标。考虑到涉案商标具有较高市场知名度，郑州康师傅公司在经营中使用“康师傅”字样，容易造成消

费者的混淆，侵犯了顶益公司就涉案商标享有的注册商标专用权。

关于不正当竞争行为，海淀法院认为，郑州康师傅公司将“康师傅”字样作为企业字号注册并使用，容易使相关公众误认为其与顶益公司的“康师傅”品牌存在关联关系，构成不正当竞争。郑州康师傅公司对其公司资质和产品质量作出与事实不符的夸大宣传，构成虚假宣传。在生产经营活动中，通过仿冒他人注册商标或标识等行为，误导消费者认为其提供的是他人的商品或与他人存在特定联系，借用他人的影响力和知名度提高自身及其商品的市场竞争力，这种行为不仅损害了权利人的合法权益，还欺骗误导了消费者，扰乱了市场的竞争秩序。（葭芦）

