

《化妆品监督管理条例》明年实施 违法将重罚

■ 本报记者 钱颜

《化妆品监督管理条例》(下称《条例》)即将于明年1月1日起正式实施,标志着我国化妆品监管工作即将开启崭新一页。此次《条例》出台,秉承生产和经营使用并重原则,明确了化妆品生产、经营和使用各环节的责任义务,尤其是经营和使用环节,界定了16种违法情景,将被纳入处罚范畴。

上海市食品药品安全研究会会长唐民皓表示,该《条例》既可以帮助行业自律,令化妆品企业完善自身制度,生产符合要求的化妆品,也可以加速不合格、不规范的企业淘汰,令整个行业向好的方向转变。

“《条例》加大了处罚力度,对严重违法单位的法定代表人或主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以罚款,一定期限直至终身禁止从事化妆品生产经营

活动。除构成犯罪依法追究刑事责任外,经济处罚标准也大幅提升了5—10倍。如经营未经注册特殊化妆品,其违法生产经营的化妆品货值金额不足1万元的,并处5万元以上15万元以下罚款;货值金额1万元以上的,并处货值金额15倍以上30倍以下罚款。”东海律师事务所合伙人朱洪在记者采访时表示,这种直接的处罚措施将起到强大的震慑作用。

《条例》在进出口化妆品方面也明确了监管要求。《条例》列明,生产经营或者进口未经注册的特殊化妆品行为将被纳入监管处罚范畴。朱洪介绍说,特殊化妆品经国务院药品监督管理部门注册后方可进口,进口普通化妆品应当在进口前向国务院药品监督管理部门备案。一般来说,海关依照《中华人民共和国进

出口商品检验法》的规定对进口的化妆品实施检验。检验不合格的,不得进口。对造成人体伤害或者有关证据可能危害人体健康的进口化妆品,海关总署可以暂停其进口。境外化妆品注册人、备案人拒不履行行政处罚决定的,10年内禁止其化妆品进口。

《条例》的制定出台,对化妆品的定义及监管模式等有改变,也会影响到化妆品广告的监管规制。《条例》对化妆品领域的广告宣传规定进行了《广告法》下的重申。《条例》第四十三条规定:化妆品广告的内容应当真实、合法。化妆品广告不得明示或者暗示产品具有医疗作用,不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。而《广告法》第三条规定:广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广

告内容,符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

朱洪表示,《条例》明确将特殊化妆品限定为用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品。现行已经注册的用于育发、脱毛、美乳、健美、除臭的化妆品自《条例》施行之日起设置5年的过渡期,过渡期内可以继续生产、进口、销售,过渡期满后不得生产、进口、销售该化妆品。

“5年过渡期之后,不再允许用于育发、脱毛、美乳、健美、除臭的化妆品在市场上销售。”朱洪表示。

化妆品标签包含了产品包装上的文字、数字、符号等说明信息,并直接向消费者传递产品的基本情况,对帮助消费者选择产品起到关键作用。《条例》第三十六条规定了

化妆品标签应当标注产品名称、特殊化妆品注册证编号,注册人、备案人、受托生产企业的名称、地址,化妆品生产许可证编号等8项法律、行政法规和强制性国家标准规定应当标注的其他内容。

朱洪表示,这为化妆品包装广告的监管规制提供了依据,进口化妆品可以直接使用中文标签,也可以加贴中文标签,加贴中文标签的,内容应当与原标签内容一致。企业应熟悉应当标注的标签和禁止标注的标签,做到包装合法合规。

据了解,为了配合《条例》的顺利实施,《化妆品注册管理办法(征)》《换化妆品标签管理办法(征)》《化妆品功效宣传评价指导原则(征)》《化妆品生产治疗管理规范(征)》等一系列法律文件均在征求意见稿中。

美政府禁止在应用商店下载 WeChat 上诉被法院驳回

本报讯 近日,有消息称,美国旧金山法院公布裁定,驳回美国司法部禁止在苹果和谷歌应用商店中下载 WeChat 的诉讼。

美国商务部自9月20日起实施 WeChat 下载禁令,此后法院否决了美国商务部从苹果和谷歌应用商店中删除 WeChat 的决定。美国司法部随后要求法院暂停下载移动应用程序,目前已被驳回。

(张琪)

贸易预警

印度对华氟橡胶作出反倾销终裁

日前,印度商工部发布公告称,对原产于或进口自中国的氟橡胶作出第一次反倾销日落复审终裁,建议对中国涉案产品继续征收反倾销税,有效期为5年。此次涉案产品不包括氟橡胶化合物和全氟醚橡胶(FFKM)。2018年1月2日,印度对原产于或进口自中国的氟橡胶启动反倾销立案调查。2018年12月27日,印度对此案作出肯定性终裁。2019年1月28日开始对中国涉案产品征收为期18个月的反倾销税,有效期至2020年7月27日。2020年2月7日,印度商工部发布公告称,应印度国内企业提交的申请,对原产于或进口自中国的氟橡胶进行第一次反倾销日落复审立案调查。

欧盟对华钢制风塔启动反倾销调查

日前,欧盟委员会发布公告称,应欧洲风塔协会代表钢制风塔产量占欧盟内同类产品总产量大于25%的生产商于9月9日提出的申请,欧盟委员会对原产于中国的钢制风塔进行反倾销立案调查。本案倾销和损害调查期为2019年7月1日至2020年6月30日,损害分析期为2017年1月1日至倾销和损害调查期结束。

(本报综合报道)



▼法律干线

第八届中蒙俄知识产权研讨会举行

本报讯 第八届中蒙俄知识产权研讨会以线上会议形式举行。此次研讨会主题为“外观设计保护相关问题”。中国国家知识产权局局长申长雨、俄罗斯联邦知识产权局局长戈利高里·伊夫利耶夫、蒙古国知识产权局局长恩克苏克·巴图姆以视频形式致辞。申长雨在致辞中指出,中蒙俄三边知识产权合作多年来保持了良好的稳定性、连续性和务实性,已成为了三局讨论实体业务问题和区域知识产权合作的重要平台。在抗击疫情和促进经贸恢复增长中,中蒙俄三局都采取了多项措施,保障全球知识产权用户的利益。中国不断完善知识产权法律制度和工

走廊提供有力支撑。

戈利高里·伊夫利耶夫在致辞中表示,俄罗斯高度重视知识产权工作,尤其是在外观设计领域表现活跃,通过采取提供临时保护、扩大保护客体、优化审查程序等举措,不断提升服务能力和保护水平。俄方愿与中蒙两国持续友好交流和互利合作,共同推动中蒙俄三边合作迈上新台阶。

恩克苏克·巴图姆在致辞中表示,蒙古国持续加强知识产权保护,不断提升知识产权教育和公众意识。根据政府行动计划2020—2024,蒙古国将提升知识产权保护水平,优化营商环境,完善法律体系。蒙方愿巩固并推进中蒙俄三边知识产权合作。

研讨会上,来自中蒙俄三国的专家从外观设计体系和法律基础、最新情况和数据、审查流程、海牙体系的运用实践等方面进行了发言。与会代表就共同关心的话题进行了深入探讨。(王剑剑)

美司法部对谷歌发起反垄断诉讼

本报讯 美国司法部和11个州10月20日宣布对谷歌公司发起反垄断诉讼,指控其在搜索及搜索广告市场非法抑制竞争以维护垄断地位。这是美国司法部自1998年起诉微软公司以来再次对科技企业涉嫌垄断发起诉讼。

美国司法部当天在一份声明中说,谷歌是世界上最富有的公司之一,市场价值1万亿美元,是全球数十亿用户和无数广告客户的“垄断互联网门户”。多年来,谷歌占据了美国约90%的搜索量,并使用反竞争策略来维持和扩大其在搜索和搜索广告领域的垄断地位。

美国国会众议院反垄断小组委员会主席戴维·西西兰对此发表声明说,小组委员会的调查发现了谷歌维持并扩大垄断、损害竞争的大量证据。该小组委员会此前对

亚马逊、脸书、谷歌和苹果公司进行了长达16个月的调查,并于本月早些时候发布报告称,四大科技巨头利用自身优势地位抑制竞争、扼杀创新。

目前,美国近90%的通用搜索引擎查询均使用谷歌,而在移动设备上,该比例高达近95%。美国司法部长威廉·巴尔表示,调查发现,谷歌并不是在搜索结果的质量上竞争,而是通过向手机制造商和其他公司付费来获得成功,“最终的结果是,没有人可能挑战谷歌在搜索和搜索广告领域的主导地位”。

谷歌一名发言人表态说,司法部的诉讼存在“严重缺陷”,并表示用户使用谷歌是他们自主的选择,并不是被迫或因没有其他替代产品而选择。

(熊茂伶 高攀)

德国再次试图通过欧盟专利法案

本报讯 近日,德国联邦议院将进行投票再次试图通过欧盟统一专利法院法案。国际上,针对伦敦统一专利法院分部的解决方案已被讨论。据了解,伦敦分部将暂时迁到巴黎和慕尼黑。

联邦政府敦促加快统一专利法院立法的第二次批准。在德国宪法法院于春季宣布第一次批准无效之后,此次批准尤为必要。

联邦政府早在2020年7月29日就向联邦议院和联邦参议院提交了第二轮待批准法律草案以供议会批准。据专家们称,新草案未对第一份待批准法案做出大的改动,因为宪法法院未对该案内容或专利统一法院发表评论,只就议院以简单多数而不是三分之二多数的方式就该法案进行投票提出了批评。

联邦议院将再次处理统一专利法院批准问题。但据内部人士称,议会成员间不会就此辩论。通常,他们首先会将该法律呈递给相

关委员会进行讨论,法律事务委员会是牵头委员会,文化委员会也必须进行处理,之后由议会的第二次听证会作出决定。

现在将统一专利法院的法律提交给议会不是巧合。为了获得三分之二多数的同意,必须有相应人数的议会成员出席。

但是,由于新冠病毒大流行,目前有许多法律草案需要三分之二的议员批准。此外,联邦议院当前正在讨论2021年的预算,这意味着将保证有大量的国会议员出席。业内人士认为,统一专利法院的批准将在此形势下被议会顺利通过。

2020年10月1日,它已经越过第一道障碍。议院第二席位的德国联邦议院在首轮征询意见中处理了该批准法案,且没提出异议。自宪法法院禁止德国批准统一专利法院计划以来,该计划也一直处于停滞状态。德国的批准是,议会成员间不会就此辩论。(王思)



制图 耿晓倩

日前,意大利高等法院在一场判决中裁定,几家中资企业所售服装侵权英国奢侈品牌Burberry。(黄嫫)

擅用“阿那亚”商标 酒店被判赔66万元

提及“阿那亚”,很多人都会想到这是秦皇岛的网红景点。因认为河北昌黎县汐岸海景酒店、北京趣拿信息技术有限公司在酒店名称中使用“汐岸阿那亚店”字样,侵犯了“阿那亚”文字商标的注册商标专用权,阿那亚控股集团有限公司将二被告诉至法院。10月16日,北京市海淀区人民法院审结了此案,判决汐岸酒店消除影响并赔偿经济损失50万元及合理开支165632元。

法院经审理查明,涉案商标“阿那亚”文字并非已有的经过法定程序命名或具有地理实体含义的地理名称,故涉案商标并非固有的地名。阿那亚社区作为不动产,确实可以发挥标识位置的功能,但不能由此当然认为不动产名称即成为了地名或具有了地理名称的含义。该

案中并无证据证明存在以“阿那亚”命名周边建筑、桥梁、道路等情形,也无证据表明“阿那亚”作为地理名称被相关公众广为认可和使用,相反,“阿那亚”仍然稳定发挥其标识阿那亚社区这一识别商品和服务来源的固有功能。据此,法院认定,依据该案现有证据,不足以证明“阿那亚”已经具有了地理名称的含义。

北京市中闻律师事务所合伙人赵虎介绍说,根据相关规定,不动产楼盘的命名与商标之间存在区别。新楼盘的命名需要办理命名核准手续,经过审批之后,才能使用。各地曾经清理过一些楼盘不使用核准注册的名称的情况,要求进行整改。具体而言,各地在审核楼盘名称的时候,一般会根据当地关于地名管理的相关规定进行审查批准。也就是说,

经过审核的楼盘,可以作为地名。这样会出现一种重合:即楼盘的名称既是地名也或者包含了商标。这种情况下,如果其他的商业主体使用他人楼盘的名称,是不是侵权就需要分析这种使用是一种商标意义上的使用,还是一种地名意义上的使用。

赵虎认为,地名意义上的使用,主要与地理位置相关。如某个品牌的店铺开在万达商场里,可以叫某某万达店或者某某(万达店),这样大众都知道这是一种地理位置上的使用,不是商标上的使用。而商标意义上的使用,即这种使用方式不是为了标明位置,而是起到了区分商品和服务的作用。例如,该案中被告的位置并没有在原告的楼盘里或者楼盘边上,而是相隔几公里,这种使用不能标明地理位置,这就排除了地理位置上的

使用。失去了地理位置上使用的功能,“阿那亚”这3个字成了区别酒店服务的标识,这只能是一种商标上的使用。这种使用方式会给消费者带来混淆和误认,误认为这个酒店即网红景点阿那亚。

“值得一提的是,原告阿那亚公司并非一般的房地产开发商,其除了销售房产,还从事文化、旅游等项目,阿那亚已经成为了一个旅游度假的地方。在这里,有图书馆、音乐会、餐厅、出租房屋、酒店等等。这种多种经营,需要在多个商标种类上注册商标。目前来看,阿那亚公司的商标储备不足,没有提前注册商标,可能会对以后的维权产生消极影响。通过这个案子,也希望经营者更加重视知识产权。”赵虎补充道。(侯伟)

波司登羽绒服未侵犯著作权

随着人们生活水平的日益提高,对服装的要求早就不再局限于保暖、舒适、美观、时尚已然成为人们选购服装时更为看重的因素,与此同时,众多优秀设计师设计的服装早已脱离了服装原始的功能,而更加具有了艺术品的色彩。那么对于这些设计各异的服装而言,其设计款式能够成为知识产权保护对象吗?近日,北京知识产权法院二审审结了北京金羽杰服装有限公司诉波司登羽绒服有限公司生产、北京波司登公司销售的两款羽绒服侵犯其著作权及构成不正当竞争,请求法院判令两被告立即停止侵权,并共同赔偿其经济损失1元及合理支出13万余元。

金羽杰公司向一审法院提起诉讼称,波司登公司的羽绒服涉嫌侵犯其羽绒服著作权,其认为服装样版图属图形作品,设计图属美术作品。一审法院经审理认为,美术作品,是指绘画、书法、雕塑等以线条、色彩或者其他方式构成的有审美意义的平面或者立体造型的艺术作品。具体到该案,金羽杰公司主张权利的两款羽绒服属于服装成品,服装成品一般而言是工业生产的产物,除为舞台表演、服装设计大赛等特殊场合专门设计的艺术性突出、几乎不考虑普通服装功能属性的服装外,普通服装均是为了满足人们的日常穿着、审美风格的需求而进行设计和生产,如果将普通服装成品纳入著作权法保护的范围,既不利于服装行业的发展,又不利于社会公共利益。

金羽杰公司不服一审判决结果,向北京知识产权法院提起上诉。二审中,金羽杰公司对一审法院著作权部分的相关认定无异议,主张波司登公司和北京波司登公司对其构成不正当竞争。

北京知识产权法院经审理认为,此案中,并无证据表明金羽杰公司主张权利的服装、设计图、样板图

具有一定影响,已经与其形成了较为稳定的对应关系,从而引人误认为波司登公司、北京波司登公司的商品为金羽杰公司的商品或者与金羽杰公司存在特定联系;在案证据尚不能证明波司登公司、北京波司登公司的相关生产、销售行为违反了法律和商业道德,亦无证据证明波司登公司、北京波司登公司的行为对市场竞争秩序造成了损害。北京知识产权法院据此作出终审判决,驳回了金羽杰公司的上诉请求,维持原判。

对于服装款式如何保护的问题,同济大学知识产权与竞争法研究中心主任张伟君表示,服装款式设计如果是指某种款式的服装的设计风格、设计理念,一般来说难以成为知识产权保护的对象。但如果是

指服装的特殊造型、特殊图案、特殊样式等具体设计,不排除其成为知识产权保护的对象,可以通过外观设计专利或著作权法保护这样的实用设计或艺术设计,其也可能受反不正当竞争法的保护。需要说明的是,以著作权法对其进行保护会遇到比较大的困难,因其很难满足实用性、艺术性“分离”的标准,但美国法院曾经以版权法保护过啦啦队队服的款式设计。

张伟君表示,虽然通常意义上的服装款式较难获得著作权保护,制作服装的面料如果设计了具有独创性的花纹或图案,则可以受到著作权保护,但保护的并不是面料本身,而是面料中的美术设计或艺术设计。

(祝文明 唐蕾)

