

虚假宣传屡见不鲜 《反不正当竞争法》如何适用

■ 本报记者 钱颜

刷量平台,付费浏览广告是常见的商业模式,“蚂蚁平台”协助有付费推广需求的商家以节省投放广告费的方式快速实现商业目的,让广告商的广告直接到达用户。

中昂律师事务所律师陈兴呈告诉记者,根据《反不正当竞争法》规定,经营者不得对其商品/服务的性能、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,欺骗、误导消费者;亦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。

“祈福公司运营的‘蚂蚁平台’为刷单提供了一定的交易场所,并且以刷单交易达成为基础赚取利润,其主观上知道微信平台的知名度以及规范和要求,客观上违背规则仍作出放任,鼓励刷单行径存在的行为,本质上实施了帮助虚假宣传的行为,侵犯了消费者合法权益,也违反了法律的规定。”陈兴呈表示。

“本案中,浦东法院对刷量行

为采取了《反不正当竞争法》中的虚假宣传相应条款予以规制。相关微信公众号运营者通过‘雇佣点击’的广告刷量行为滋生大量无效流量,虚构访问数据,并从中赚取微信平台的广告分成与发布任务成本之间的差价牟利,侵害了微信用户、广告商和腾讯公司等市场主体的合法权益,使相关公众对相关微信公众号的文章质量、微信广告的关注度等产生虚假认知,破坏了互联网产业的公平竞争秩序,违反了《反不正当竞争法》第八条的规定,构成虚假宣传不正当竞争行为,因此适用虚假宣传条款。”中昂律师事务所律师陈兴呈表示。

而关于《反不正当竞争法》第十二条“互联网专条”的适用,赵刚解释说,“互联网专条”对新型互联网不正当竞争行为具体进行规制,通过概括、列举兜底的方式,对利用技术手段实施妨碍、破坏其他经营者合法提供网络产品或服务的行为加以规制,利于我国互联网领域竞争环境改善和秩序稳定发展,但是

其中列举的不正当竞争行为显然无法涵盖互联网产业内多样化的竞争形态,诸多互联网不正当竞争行为转向兜底条款,也存在向《反不正当竞争法》第二条转化的情形。

赵刚表示,法院认为“互联网专条”兜底条款的适用本质上与《反不正当竞争法》第二条一般条款的适用要件上是基本相通的。本案法官认为,在法益损害的判定中,应将互联网市场秩序、互联网经营者利益和网络用户利益进行叠加综合考量。从而认定本案涉诉行为不应适用互联网专条,不构成该类型的不正当竞争行为。

最后,法院依法判令被告祈福公司停止涉案不正当竞争行为、公开消除影响,并赔偿两原告经济损失及合理开支共计人民币300万元;在涉案行为持续的部分时间段内,祈福公司曾是一人有限责任公司,邓某某系公司唯一股东,鉴于其未能证明与公司财产独立的情况,故判决其在80万元范围内承担连带责任。

企业出海常遇 四方面知产挑战

“企业出海过程中,通常遇到四方面知识产权挑战。”在近日举办的“出海企业要‘智’用知识产权”讲座中,新加坡知识产权局中国代表处兼国际事务机构合作处的高级处长曹兴海总结道,其一,己方产品或品牌在未授权时被其他人使用谋利。原因在于知识产权布局不到位,例如国内的专利、实用新型、外观设计未在法定时间内向海外地区申请保护。对此,企业可在出海前对已拥有的知识产权进行评估,针对核心知识产权在相应的国家及早布局,避免没布局、晚布局、错布局。

其二,可能有侵犯他人知识产权的风险。由于未能充分了解竞争对手在相关市场上的知识产权布局情况,但已将产品投放市场,此时企业较为被动。对此,企业在研发时就应对竞争对手的知识产权进行尽职调查,且时刻关注海内外竞争对手的知识产权海内外布局情况,有意识地避免开发出有侵权风险的产品,且在出海前就准备投放的产品进行自由实施检索。

其三,在海外处理知识产权纠纷非常消耗财力物力人力,例如没有全面评估纠纷解决的最佳途径而直接采用诉讼的方式在海外解决纠纷。曹兴海建议,在海外遇到知识产权纠纷,首先评估纠纷解决的方式与公司预期的效果,评估过后采用利于公司方式进行,例如以“调解”的方式解决纠纷,既能得到法律保护,又可高效低成本地解决问题。如果是己方知识产权被侵犯,先采用对外许可的方式可能更有利于公司目标的达成,因为对外许可的方式可为公司带来额外的收入。

其四,海外布局知识产权时经常没有足够的预算。企业没有将核心知识产权与非核心知识产权有效分开,因此可能采用一刀切的方式布局,即所有专利、商标、实用新型、外观设计均采用相同的布局方式。曹兴海建议,对所拥有的知识产权进行核查,识别核心知识产权资产与非核心知识产权资产,对比竞争关系与市场预期,有区别地进行布局,既能有效控制知识产权保护成本花费,又能为企业布局高质量的知识产权资产,有效发挥其经济属性。(苏旭辉)

服務四海 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com



为了对互联网正当竞争秩序确立提供正向的规则指引,上海浦东法院近日发布了互联网不正当竞争典型案例,其中腾讯公司诉祈福公司不正当竞争纠纷一案涉及对互联网刷量虚假宣传的认定,以及“互联网专条”等条款的适用问题,受到广泛关注。

深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司(以下合称腾讯公司)是微信平台的经营者,运营包括内容服务和广告服务在内的微信公众号平台业务。腾讯公司通过在微信公众号文章内容中投放广告,将用户访问流量转化为现实经济利益。同时,会给予发布

热门文章公众号主体一定比例的利益分成,以激励其继续生成优质文章内容。

祈福公司是“蚂蚁平台”的经营者,腾讯公司认为该平台实施了组织、诱导微信公众号的账号主体虚假提升公众号文章的流量数据以骗取广告分成、干扰微信公众号平台流量数据的不正当竞争行为,诉请法院判令祈福公司停止不正当竞争行为,消除影响,赔偿经济损失及合理支出500万元。对此,祈福公司辩称,其作为网络服务商仅为任务发布者提供网上交易平台,不直接参与用户的任何交易,且禁止任何形式的虚假交易。“蚂蚁平台”不是

法律干线

知识产权密集型产业为经济高质量发展注入动力

本报讯 近日,我国31个省区市上半年地区生产总值“放榜”。数据显示,今年上半年,广东、江苏GDP进入“5万亿元俱乐部”;湖北克服疫情影响实现“逆袭”,经济增速升至“正数第一”。值得注意的是,在这些表现突出的地区,信息通信技术制造业、新装备制造业、医药医疗产业等知识产权密集型产业发展均呈现蓬勃态势。

“这一现象反映了我国经济发展越来越呈现创新驱动的特征。”长期研究知识产权与经济发展关系的中国科学院科技战略咨询研究院研究员宋河发介绍,知识产权密集型产业尤其是专利密集型产业的发展,反映了区域科技创新成果的有效转化应用,能够促进区域经济的高质量发展。

今年的各地经济半年报中,这一趋势尤为显著。长期稳居GDP排行榜第一名的广东省,近年来一直在努力推进知识产权密集型产业的发展。今年上半年,广东新建40个省级高价值专利培育布局中心,支持知识产权密集型产业关键技术专利布局,并组织开展半导体及集成电路等5个产业专利导航。在广东省的大力推动下,其知识产权密集型产业不断发展,区域创新综合能力不断提高。上半年,广东省高技术制造业增加值同比增长9.0%,知识产权经济效益显著,为高质量发展提供了强大动能。

值得一提的是,去年受新冠肺炎疫情影响最严重的湖北,今

年上半年经济运行总体也呈现持续恢复、快速增长、质效提升的良好态势。知识产权密集型产业在疫情的冲击下展现出了令人惊讶的韧性,规模以上高技术制造业增加值同比增长51.7%。特别是在医药医疗产业,一大批知识产权密集型产业不仅成功抵御疫情冲击,还逆势上扬。有关专家认为,知识产权密集型产业所具备的创新能力,能使地方在逆境中更积极地应对风险,拥有更好的抗压能力,在经济复苏中表现出更强劲的动力。

“知识产权密集型产业对支撑地方经济发展的贡献不仅直接体现在GDP的增长上,还体现在它能带动地方经济结构不断优化升级。”宋河发建议,地方需要加大发展知识产权密集型产业的力度,针对重大科研项目持续培育高价值专利和专利组合,将知识产权与产品和技术标准进行紧密融合,充分提升知识产权对产业的影响力和控制力,从而进一步促进区域经济的高质量发展。

国家知识产权局战略规划司有关负责人介绍,在我国贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的当下,知识产权密集型产业作为创新资源集聚、创新动力突出的典型代表,已经成为经济高质量发展的重要支撑。相信在未来,我国知识产权密集型产业会在转变经济发展方式、促进实体经济发展方面发挥更大作用。(黄俊)

《仲裁法(修订)征求意见稿》专家研讨会举办

本报讯 近日,中国国际经济贸易仲裁委员会组织召开专家会议,就司法部近期公布的《中华人民共和国仲裁法(修订)征求意见稿》进行专门研讨。

作为《仲裁法》的立法部门代表,全国人大常委会法工委民法室原主任、贸仲副主任贾东明结合《仲裁法》立法理念和背景做重点发言。他强调,此次修法应当立足现行法基础做相应的修改和完善,尊重当事人意思自治的底线性规定不能突破,对于仲裁协议的要素、仲裁协议的效力、仲裁地、临时措施等规定应根据现实酌情把握,要做好仲裁法和民事诉讼法等相关法律的衔接,保证我国法律体系在语言和逻辑上的一致。

贸仲专家咨询委员会主任费宗伟出席了本次研讨会并做重要发言。作为1994年《仲裁法》的核心起草专家,费老指出,此次《仲裁法》的修订应坚持基本原则不动摇,集中对主要问题

进行修改,坚持立足中国国情和仲裁实践的现实,充分运用中国特色的先进经验,扶持现有仲裁机构健康发展,发挥仲裁机构的重要作用,确保仲裁机构的独立性和民间性,凸显仲裁的专业高效,进一步提高中国仲裁的公信力。

贸仲副主任兼秘书长王承杰在总结发言中表示,1995年《仲裁法》在我国仲裁制度的发展史上具有里程碑的重要意义,奠定了中国特色社会主义市场经济仲裁法律制度的基础。经过20多年的发展,在《仲裁法》指导下,我国仲裁得到了健康蓬勃发展。《仲裁法》要关注中国仲裁特色,处理好仲裁法和仲裁规则、仲裁机构与仲裁员、仲裁与司法之间的关系,保障仲裁机构在《仲裁法》中的作用和地位,进一步完善有关机构仲裁的相关规定。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)



制图 耿晓倩

近日,中国裁判文书网公布了达利食品集团有限公司(可比克生产商)与聊城市智慧园食品有限公司(克比克生产商)、铜山区玉人百货超市侵害商标权纠纷一案民事判决书,聊城智慧园公司使用了与达利公司商标相似的标识,玉人超市销售了侵权商品。二者行为均构成侵害原告商标权的行为,被判赔偿13万元。(王佳)

中企打赢美国对华反垄断第一案

历时近17年,在美国对华发起的维生素C反垄断诉讼案中,华北制药集团终于在重审中取得了胜诉。美国当地时间8月10日,美国联邦第二巡回上诉法院再次以违反国际礼让原则为由,撤销了纽约东区法院2013年作出的责令河北维尔康制药有限公司及其母公司华北制药集团有限责任公司对直接购买者原告三倍损失赔偿1.53亿美元的一审判决,退回案件并指令地区法院驳回原告起诉且不得再次起诉。

记者了解到,此案始于2005年1月,美国部分客商以价格共谋、形成垄断为由,对包括河北维尔康制药有限公司在内的中国4家主要维生素C生产企业进行指控,并向美国法院起诉要求15.7亿元人民币的赔偿损失。出于多种因素,除河北维尔康

制药有限公司及其母公司华北制药集团之外,其他3家被告同意和解,河北维尔康制药有限公司一审败诉。为维护企业合法权益,河北维尔康制药有限公司提出上诉,并于2016年9月迎来二审胜诉。

随后,原告不服判决,向美国最高法院申请再审。2018年美国最高法院裁定将案件发回原二审法院重新审理。直至当地时间2021年3月17日,二审法院重新组织开庭审理此案,并于8月10日迎来重审判决,华北制药集团胜诉。这场持续近17年,历经一审、二审、再审和重审的维生素C反垄断案中迎来了胜利。

“这次的诉讼结果对中国企业来说是非常关键的,因为美国是判例法国家,一旦败诉成为判例,那么有其他类似情况的出口企业在美国

也可能面临相同的反垄断诉讼威胁。”上海远业律师事务所律师唐建向记者表示。

唐建认为,该案件看似涉及价格垄断行为,实则是中美法律体系上的冲突导致的,给企业的海外发展之路增添了重重阻碍。好在华北制药集团克服困难,最终坚持了下来。当前,我国也非常重视反垄断领域执法,通过预防和制止垄断行为,维护公平竞争的市场环境,保证经济健康发展。

华北制药总法律顾问张廷德表示,此案是美国对华反垄断第一案,具有示范意义。美国是判例法国家,有着“遵循先例”的传统,这一判决对中国企业走出去具有里程碑意义。该案的胜诉不仅为企业挽回了巨大损失,也为中国企业应对国际诉讼提供了有益的经验,为国内企

业走出去依法维权和开拓国际市场增强了信心。

反垄断专业律师、大成律师事务所高级合伙人邓志松表示,近年来,中国企业对于解决国际争端的态度已发生了明显转变,从最初的被动应诉到现在懂得利用规则主动维权。对于如何在海外市场防范多重反垄断风险,他建议:“第一,反垄断监管在市场经济国家是企业所面临的最主要的监管,也是企业在经营中所面临的最严重的法律挑战,所以企业对此应当高度重视;第二,各国反垄断法实体规则是大同小异的,中国企业在国内经营以及走出去做国际业务,都应遵循这些反垄断实体的规则;第三,在国内外如面临反垄断调查或者诉讼,应当积极应对,善于使用国际规则去维护自身的合法权益。”(穆青凤)

从“劳狮莱狮”商标无效宣告案看商标法适用

■ 魏晓萍

证商标一(第4979295号“劳狮莱狮”商标)因其较高的知名度,入选年代较早的《全国重点商标保护名录》,可以佐证在诉争商标申请注册之前,引证商标一在中国已具有较高知名度和影响力的事实。此外,“劳狮莱狮”商标的无效宣告纠纷二审判决。高院的判决,对于社会公众广为知晓的商标,特别是奢侈品商标,如何适用商标法第十三条第三款给我们提供了如下三点启示:

一是认定构成驰名商标的考量因素中,重点是相关公众对该商标的知晓程度。本案的判决体现了认定商标是否构成第十三条第三款所规定的情形时考量的取舍和平衡,法院在判决中认为:劳狮莱狮公司提交的年度报告、销售统计单可以证明在诉争商标申请注册之前,“劳狮莱狮”汽车通过在中国的销售,在中国具有极高的影响力;“劳狮莱狮”的宣传报道资料可以证明在诉争商标申请注册之前,“劳狮莱狮”汽车通过在中国的宣传推广,在中国相关公众中具有较高知名度,为中国相关公众普遍知晓;《全国重点商标保护名录》可以证明引

证商标一(第4979295号“劳狮莱狮”商标)因其较高的知名度,入选年代较早的《全国重点商标保护名录》,可以佐证在诉争商标申请注册之前,引证商标一在中国已具有较高知名度和影响力的事实。此外,“劳狮莱狮”商标的无效宣告纠纷二审判决。高院的判决,对于社会公众广为知晓的商标,特别是奢侈品商标,如何适用商标法第十三条第三款给我们提供了如下三点启示:

二是判定是否构成“复制、摹仿和翻译”,需综合考虑多种因素。法院在判决中认为,诉争商标由中文“劳狮莱狮”构成,引证商标一(第4979295号“劳狮莱狮”商标)由中文“劳狮莱狮”构成,二者在文字构成、呼叫、整体视觉效果上均较为相近,鉴于引证商标一在“汽车”商品上具有较高知名度,且引证商标一

并非常用词汇,显著性较强,原审第三人对此应属知晓,但其在申请注册商标时未进行合理的避让,进而注册与引证商标一较为相近的诉争商标难谓巧合,故可以认定诉争商标构成对引证商标一的摹仿。可见,法院在审理该案时,并未仅仅考虑商标标识的近似情况,而是综合考虑了引证商标的显著性、知名度,以及诉争商标注册人的主观情况等多个因素,认定“劳狮莱狮”构成对“劳狮莱狮”的摹仿。

三是对于构成驰名商标的奢侈品品牌,应当给予与其驰名程度相适应的保护。根据《最高人民法院

关于审理商标授权确权若干问题的意见》第11条,对于已经在中国注册的驰名商标,在不相类似商品上确定其保护的时,要注意与其驰名程度相适应。对于社会公众广为知晓的已经在中国注册的驰名商标,在不相类似商品上确定其保护范围时,要给予与其驰名程度相适应的较宽范围的保护。

本案判决中就体现了对于“劳狮莱狮”这种奢侈品驰名程度相适应的较宽范围的保护,切实保护了驰名商标所有人的利益。

(作者单位:中国贸促会专利商标事务所)



中国贸促会专利商标事务所
CPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE



贸促专商微信公众号