

惩戒搭乘便车 开展专项行动 谨防“偷袭营销”

保护冬奥知识产权进行时

■ 本报记者 江南

10月26日,北京冬奥会迎来倒计时100天。随着北京2022年冬奥会和冬残奥会的日益临近,相关主题活动、全新首发特许商品活动等逐步推进,一些企业也开始搭乘冬奥会便车。

10月9日,北京市朝阳区市场监督管理局对北京卡路里体育有限公司作出5万元行政处罚,原因是该公司在其运营的微信公众号上发布了《最强燃脂季,北京CBD户外百人热汗趴/卡路里运动季》,内容包括“燃动夏季 助力冬奥”等内容,此举未得到北京冬奥组委以及国际奥委会的许可。

此前,冬奥冰雪(北京)科技有限公司未经许可在其网站上发布含有北京2022年冬奥会会徽图形标识的商业宣传视频等内容,被罚款30万元。

“相关行政处罚信息显示,卡路里体育和冬奥冰雪未经许可分别使用了冬季奥林匹克运动会的简称‘冬奥’及2022北京冬奥会的会徽。”北京市路盛律师事务所律师王佳斌在接受《中国贸易报》记者采访时说。

《奥林匹克标志保护条例》规定,未经国际奥委会、中国奥委会等奥林匹克标志权利人许可,为商业目的擅自使用奥林匹克标志,或者使用足以引人误认的近似标志,即侵犯奥林匹克标志专有权利。“这里的奥林匹克标志不仅限于我们所熟知的奥运五环图案标志,还包括奥林匹克运动会的简称(如奥运会、冬奥等)、中国奥林匹克委员会的名称、徽记、标志,在中国境内举办的奥运会的简称、吉祥物、口号等标志及其

组织机构的名称、徽记,甚至还包括‘主办城市+举办年份’等标志(如北京2022)。”王佳斌解释说。

王佳斌表示,根据《奥林匹克标志保护条例》,对于侵犯奥林匹克标志专有权利,市场监管部门有权责令其停止侵权行为,没收、销毁有关侵权商品和制造工具,并可对其予以罚款。违法经营额5万元以上的,可以处违法经营额5倍以下的罚款;没有违法经营额或者违法经营额不足5万元的,可以处25万元以下的罚款。

为了进一步加强冬奥会相关知识产权的保护工作,国家知识产权局、国家市场监督管理总局决定联合开展北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克标志知识产权保护专项行动,并于近日联合印发了《北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克标志知识产权保护专项行动方案》(下称《专项行动方案》)。《专项行动方案》明确了五方面重点任务,分别是夯实保护基础,推进立体化保护;完善工作体系,全面细致排查;加强宣传教育,增强保护意识;聚焦关键环节,开展专项整治;正确适用法律,加大打击力度。

“《专项行动方案》的最大亮点在于明确列举了61件北京2022年冬奥会和冬残奥会标志,包括‘冬奥’‘冬奥会’‘BEIJING 2022’等奥运会简称,奥运会会徽、吉祥物及运动项目图案等,应予以重点保护。”王佳斌表示,明确列举重点保护标志无疑将有助于执法人员精确执法,同时也给相关企业对奥运标志进行合理避让提供了指引。

在国际上,《保护奥林匹克会徽内罗毕条约》是1981年9月26日在内罗毕签订的知识产权条约。

“该条约除了规定不得对奥林匹克标志进行商业使用外,还规定缔约方对于任何包含奥林匹克标志的商标申请或注册应当予以驳回或无效。”王佳斌说,目前,该条约有54个缔约国。我国虽不是该条约的缔约国,但是根据我国《商标法》,此类标志在我国也无法获得商标注册。

王佳斌介绍说,澳大利亚、巴西、加拿大等国还通过立法阻止奥运“偷袭营销”(即非官方赞助

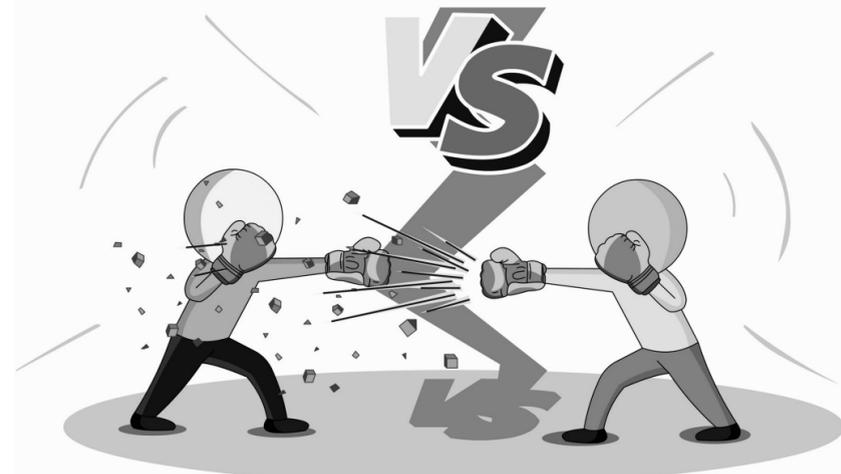
商通过一定方式从官方赞助商“偷取”流量,如赞助有奥运转播权的媒体)行为,维护奥运赞助商的知识产权。

“我们可以适当借鉴这种防止‘偷袭营销’的做法。”王佳斌说,在我国的CBA联赛上,就曾出现过联赛赞助商和球员赞助商冲突的情况。这种情况可能会影响奥林匹克赛事的正常进行,而且也不利于奥林匹克事业的长期发展。

王佳斌建议,应提升社会公众对奥林匹克相关法规的认识,引导有关企业,特别是体育类相关企业,

尊重奥林匹克知识产权。

“对于企业来说,应认清擅自使用奥林匹克标志的法律风险,避免为蹭奥运热度而招致行政处罚,损害企业形象。”王佳斌提醒说,企业要重视知识产权管理,明确是否有权使用、有权使用哪些、在何种范围内有权使用奥林匹克标志。如发现无权使用奥林匹克标志的情况应及时改正,以免引起不必要的法律后果。另外在委托第三方制作宣传资料时,也应当注意第三方是否存在擅自使用奥林匹克标志的情况,尽到自己的注意义务。



制图 耿晓倩

诺基亚近日对OPPO发起了专利侵权诉讼,随后OPPO很快对诺基亚发起了反诉,且已经在德国立案。(王月瑶)

最高院知产惩罚性赔偿第一案 顶格5倍惩罚性赔偿

天赐材料日前发布公告就广州天赐、九江天赐与华曼、刘宏、安徽纽曼精细化工有限公司、吴丹金、彭琼、胡泗春、朱志良侵害技术秘密一案,最高人民法院民事裁定书裁定驳回再审申请人华曼、刘宏、安徽纽曼的再审申请。至此,天赐材料通过刑事、民事多方位维权,终获全胜。目前,天赐材料已收到侵害技术秘密纠纷一案的强制执行款3171万元,为顶格5倍适用惩罚性赔偿。

本案中,天赐材料原研发人员华某违反公司保密规定,将其所掌握的天赐材料“卡波”有关生产工艺等技术信息非法披露给安徽纽曼公司及刘某、朱某良、胡某春等人,并利用安徽纽曼公司具体实施侵犯天赐材料商业秘密行为,进行非法的牟利。安徽纽曼公司原股东及法定代表人刘某非法获取、利用华某非法披露的技术秘密,全程参与安徽纽曼公司的生产经营活动。天赐材料原工程技术部部长、黄埔工厂厂

长朱某良明知华某、刘某、安徽纽曼公司非法披露、获取、使用公司技术秘密,仍予以帮助。

后天赐材料对安徽纽曼公司、华某、刘某、胡某春、朱某良等侵害公司“卡波”技术秘密向广州知识产权法院提起了民事诉讼。在广州知识产权法院一审判决胜诉后,最高人民法院对该案作出终审判决,法院认定,华某违反保密义务和保密要求,将天赐材料技术秘密披露给安徽纽曼公司使用,侵害了天赐材料技术秘密;刘某、安徽纽曼公司明知华某非法披露天赐材料技术秘密,仍予以获取并通过安徽纽曼公司使用,构成侵权;胡某春、朱某良明知华某、刘某、安徽纽曼公司非法披露、获取、使用天赐材料技术秘密,仍予以帮助,也构成共同侵权。据此,最高人民法院作出终审判决:判决安徽纽曼公司非法使用技术秘密,主观恶意严重,构成以“侵权为业”,在侵权赔偿额的认定上适用惩罚性赔偿的规定,根据安徽纽曼公

司侵权获利的5倍确定本案的损害赔偿数额,判决安徽纽曼公司赔偿天赐材料经济损失3000万元及合理开支40万元,华某、刘某、胡某春、朱某良承担连带责任。

二审判决生效后,安徽纽曼公司、华某、刘某不服最高人民法院的终审判决,又向最高人民法院申请了再审,最高人民法院于10月12日作出了驳回安徽纽曼公司、华某、刘某再审申请的裁定。

“近年来,商业秘密侵权案件频发,对高新技术和新兴产业领域企业良性发展构成不小的阻碍。一般来说,商业秘密侵权案件所涉内容具有秘密性、多样性、专业性的特点,范围界限不清晰、取证难度大、维权成本高、案件耗时长。且相关的法律不完善又给案件的审理带来更大难度。而技术人员窃取技术秘密,跳过研发投入环节直接复制同款产品,以更低价进入市场,严重侵害了原有企业的经济利益,对知识产权危害甚巨。”最高

人民法院副院长、知识产权法庭庭长罗东川表示。

罗东川介绍说,从各侵权人的实际行为看,均系在知情的情况下实施了侵权行为。安徽纽曼公司生产规模巨大,在拒绝提供证据导致法院无法查明全部侵权获利、构成举证妨碍等情况下,自认的销售额已超过3700万元,销售范围多至20余个国家和地区。且安徽纽曼公司侵害的两家天赐公司技术秘密涉及产品生产工艺、流程和设,备,这些技术秘密对产品的形成起到关键作用,可见安徽纽曼公司通过侵害技术秘密的行为获利极高,对两家天赐公司造成极大的损失。同时,当安徽纽曼公司前法定代表人刘某因侵害商业秘密行为被追究刑事责任后,安徽纽曼公司仍未停止生产,其行为具有连续性,侵权规模巨大,持续时间长,侵权情节严重。因此,按照最高倍数5倍顶格确定损害赔偿数额。

“该案件的结果体现了我国知

识产权领域不断加大保护力度的趋势,改变了以往商业秘密的案件赔偿额度不高的情形,给了企业持续维权的信心和动力。”中恒律师事务所律师陈天翼告诉记者,应对这种案件,企业一定要留心收集侵权证据,重点证明侵权人的行为持续性、危害严重性以及其获得的经济利益等,从而最大程度地打击侵权行为,避免公司的损失。

近日,在十三届全国人大常委会第三十一次会议第二次全体会议上,最高人民法院院长周强也表示,商业秘密是最具竞争力的无形资产,是创新主体的“安身立命之本”。保护商业秘密就是保护创新财产、保护公平竞争。要出台商业秘密司法解释,细化保护客体、保密义务、侵权判断、民事责任等规定,统一裁判标准,加大侵权违法成本,明确诉讼中商业秘密保护的具体举措,打消对诉讼中“二次泄密”的顾虑,鼓励权利人依法维护权益。(钱颜)

巴西政府发布反补贴调查新法令

■ 杨麟 杨亚慧

2021年10月19日,巴西政府在官方公报上发布了反补贴调查的新法令,即《补贴和反补贴措施法令》第10839号法令。根据该法令的第193条,原有的反补贴法令即1995年发布的1751号法令被废除。截至目前,巴西对中国产品共发起了两起反补贴调查案件,分别是2016年11月发起的热轧钢板案和2021年6月发起的铝板案。巴西国内产业一直强烈呼吁巴西政府更积极地使用反补贴调查作为贸易救济的工具,可以预见随着新法令的发布,巴西未来会发起更多的针对中国产品的反补贴案件。

新法令对原有的1995年的1751号法令做了大幅度的修改和完善,旧法令只有88条,新法令有194条。下面从新法令所要实现的政策目标、新法令的主要修改之处以及后续的计划三方面,对新法令做解读。

一、新法令所要实现的政策目标

巴西负责反倾销反补贴调查的政府部门—巴西经济部认为新法令是巴西贸易救济制度现代化的一个里程碑。据经济部对外贸易和国际事务特别秘书罗伯托·芬德的说法,“即使在今天,也很少有世贸组织

成员能够进行反补贴调查,新法令的公布加强了巴西在反对不公平贸易做法方面的国际领导地位”。

综合各方面的信息看,新法令的出台有如下的政策目标考量:

(1)1995年的1751号法令是在世贸组织刚成立的背景下颁布的。但从那时起,在巴西和世界范围内,贸易环境和贸易保护形式都发生了巨大的变化,原有的法令不能完全适应这种变化,不能为巴西国内产业因为进口的补贴产品所遭受的损害提供有效的救济。

(2)巴西国内产业近年来对使用反补贴作为贸易救济的新工具表现出了强烈的需求和兴趣。比如2020年巴西全国工业联合会(CNI)针对中国曾特别向巴西政府提交过一个反补贴研究报告,而且关注了一些中国重点产业的补贴情况。

(3)巴西政府早在2013年就已经完成了修改反补贴法令的公众评议,但新的反补贴法令迟迟没有公布。新的反倾销法令在2013年正式公布,导致反倾销和反补贴法令的某些程序规定出现了不衔接不协调。此次新法令的目标之一是将反补贴调

查的程序与2013年的第8058号法令规定的反倾销调查的程序相协调。

(4)提高反补贴调查的透明度、可预测性和法律确定性。根据经济部外贸秘书卢卡斯·费拉兹的评论,“巴西这一监管框架的现代化是一个重要步骤,以确保巴西调查机构进行的反补贴调查有更大的透明度和可预测性”。

(5)总结了巴西调查机关(SDCOM)多年来在几次反补贴案件调查中积累的经验,吸收了其自行开展的国际反补贴研究工作的重要成果。

(6)反映了世贸组织争端解决机构的涉及反补贴协定的相关裁决的立场和观点。

二、新法令的主要修改之处

首先,通过制定一系列更为细化的具体条文,新法令提高了反补贴调查的透明度、可预测性和法律确定性。

其次,对原有法令的规定做了进一步的完善,如对日落复审、情势变迁复审的规定做了进一步的完善;纳入了针对原审调查中初步裁决的一些具体修改,这对适用临时反补贴措施为国内产业提供及时救济是至关重要的。

此外,新法令为反补贴调查的各个阶段制定了精确的时间表,如案件的举证和评论的期限。

新法令还引进了某些原有法令没有涵盖的主题,如产品范围评估程序、反补贴措施复审、反规避和退税申请。还有涉及南方共同市场成员国的反补贴调查的具体规定,以及接受承诺条件的规定。

主要变化	涉及条款
提高透明度、可预测性和法律确定性	没有关于此主题的特定条款。透明度、可预测性和法律确定性的提高是通过规定更为详细和具体的条文所带来的结果。例如,第156条至第164条关于程序公开的规定;第7条关于定义的规定;第18条、第19条关于补贴种类的规定;以及第49条关于可接受为证据的研究。
关于复审的新规定	98到109条
关于初步裁定和临时措施的新规定	61和62条
调查阶段时间表	35,36,46,55至59,61,63,68,167,170和171条
产品范围评估程序	140到149条
复审	150到155条
反规避的新规定	115到133条
退税	134至139条
关于南方共同市场成员国的调查的具体规定	63和163条

三、后续的计划

根据新法令第192条,在新法令生效之日前提交申请的补贴案件,将继续适用原有的反补贴法令。所以,目前正在进行的针对中国铝板的产品的反补贴调查将按照1995年的1751号法令继续进行。

根据新法令第194条,新法令将在公布之日起120天后开始生效。

巴西经济部今年6月1日曾邀请公众对反补贴程序条例的草案进行评议。该反补贴程序条例是原有的反补贴法令即1995年

12月起我国海关不再对欧盟成员国等国家货物签发普惠制原产地证书

本报讯 海关总署日前发布《关于不再对欧盟成员国、英国、加拿大、土耳其、乌克兰和列支敦士登等国家货物签发普惠制原产地证书的公告》。根据《中华人民共和国普惠制原产地证明书签证管理办法》,海关总署决定,自2021年12月1日起,对输往欧盟成员国、英国、加拿大、土耳其、乌克兰和列支敦士登等不再给予中国普惠制关税优惠待遇国家的货物,海关不再签发普惠制原产地证书。输上述国家的货物发货人需要原产地证明文件的,可以申请领取非优惠原产地证书。(张钦)

家乐福举报山姆“二选一”

本报讯 家乐福会员店日前发布致歉信,称家乐福中国首家会员店开业当天,因竞争对手施压供应商回购买空相关商品,使得不少消费者无法购买。随后,盒马也向媒体反映,其旗下的会员店,在开业以来也遭遇过这种情况。两家公开控诉的竞争对手,是沃尔玛旗下的山姆会员店。

山姆对此回应称,公司一向注重合法合规经营,欢迎良性竞争。但也同时强调,企业应专注自身特色的开发,不断对商品和服务进行创新,这是整个行业良性健康发展的基础。

汇业律师事务所律师赵鑫介绍说,根据《反垄断法》第十七条规定,禁止具有市场支配地位的经营者从事滥用市场支配地位的行为。市场支配地位指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件,或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。而《零售商供应商公平交易管理办法》第七条规定,零售商不得从事下列妨碍公平竞争的行为,一是对供应商直接向消费者、其他经营者销售商品的价格予以限制;二是对供应商向其他零售商供货或提供销售服务予以限制。

“《电子商务法》中的相关规定目前只能适用于电商平台,对于实体门店的规制主要靠《反垄断法》《反不正当竞争法》等来规制。”赵鑫称,大型商超如果真的有强迫供应商“二选一”的行为,显然违背了法律规定。按照目前的反垄断力度,可能山姆会员店将得到法律的严惩。

“时隔6年,面对家乐福、盒马等竞争对手,山姆会员店又陷入垄断旋涡。面对如今反垄断执法趋严的形势,山姆如果想通过‘二选一’方式来确立市场优势,存在很大困难。”赵鑫表示,从山姆的声明中,我们还可以解读出强调选品创新,避免重复的意思。山姆以会员制模式进行经营,超市中的进口商品赋予了它独特的竞争力,但这不能成为山姆涉嫌通过“二选一”方式影响市场秩序的理由。(穆青凤)