

侵权!“茶颜观色”蹭“茶颜悦色”热度属不正当竞争

■ 本报记者 钱颜

网红奶茶店“茶颜悦色”诉“茶颜观色”一案近日有了新进展。长沙知识产权法庭日前进行了二审宣判,一审被告之一“茶颜观色”洛旗公司的上诉请求遭驳回,维持一审原判,认定了“茶颜观色”的侵权行为。

据悉,“茶颜悦色”奶茶店自2013年12月在长沙开办第一家店至今,已有数百家分店,深受消费者喜爱。2019年5月,一家与“茶颜悦色”仅一字之差的“茶颜观色”奶茶店在长沙开业,正宗网红奶茶之争也从那时开始。不少消费者反

映,“茶颜悦色”“茶颜观色”不仔细看还真分不清楚。但消费者普遍认为,诞生于本土的“茶颜悦色”才是正宗长沙网红奶茶。

尽管“茶颜悦色”一直饱受侵权之苦,但“茶颜观色”曾“恶人先告状”,于去年4月提起诉讼,请求“茶颜悦色”赔偿其各项损失21万元,这一诉讼请求,被岳麓区法院驳回。

去年8月,“茶颜悦色”奶茶店以“茶颜观色”使用了与自己相同或近似装潢标识,构成不正当竞争为由提起诉讼,进行了反击。在一审时,“茶颜观色”洛旗公司声称,

“茶颜悦色”商品装潢只限于茶饮料杯。在本案中,“茶颜悦色”主张的饮品制作、饮品命名、宣传文案、特色促销等诸元素并未附着在商品或商品包装上,不构成其茶饮料的商品装潢。洛旗公司还指出,“茶颜悦色”诉请所主张的各元素,包括纸杯、各门店装饰等,均风格不一,缺少相同元素,缺少共性。

中盈律师事务所律师董欣告诉记者,根据我国《反不正当竞争法》规定,经营者不得擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识。如果存在上述混淆行为,容易令人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系,影响消费者和其他商家的权益。而本案也围绕经营者的“装潢行为”进行了判定。

记者了解到,《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定》中对知名商品和装潢行为做了进一步规定。商品的名称、包装、装潢被他人擅自作相同或者近似使用,足以造成购买者误认的,该商品即可认定为知名商品。而装潢是指为识别与美化商品而在商品或者

其包装上附加的文字、图案、色彩及其排列组合。对使用与知名商品近似的名称、包装、装潢,可以根据主要部分和整体印象相近,一般购买者施以普通注意力会发生误认等综合分析认定。

二审现场,审理本案的长沙知识产权法庭法官左武表示,二审法院部分采纳了洛旗公司的上诉意见。由于“茶颜悦色”的发展扩张过程中,装潢元素发生很多变化,包括门头店招、海报宣传有很多不一贯的地方。至于菜单单元和饮品名称,属于逻辑思维,而不是可视化的形象,并不属于商品装潢。“因此,一审认定的停止侵权的装潢元素有11项,到了二审只认可3项,即竖向‘茶颜悦色’字体、红底八边形和其中的仕女图。”左武表示。

“关于装潢近似,最为关键的还是仕女图近似。”左武表示,“茶颜悦色”奶茶作为网红产品,在长沙乃至全国均有一定的影响。其装潢元素“仕女图”经过持续宣传和推广,与茶饮本身产生了紧密的联系,具有区别商品来源的显著特征,为有一定影响的装潢。左武表

示,“茶颜观色”的仕女图与“茶颜悦色”的仕女图十分近似,因此构成不正当竞争。

左武指出,上述装潢元素的认定,只是一审判决的事实瑕疵,但案件处理结果是正确的,应予以维持。根据一审判决,“茶颜观色”方面需要停止在全国范围内与茶颜悦色公司相同或近似装潢的广告宣传,加盟许可招商宣传、虚假宣传不正当竞争行为,并赔偿经济损失及合理维权费用合计170万元。

有网友指出,店名“茶颜观色”与“茶颜悦色”也存在近似。董欣表示,商家名称相似属于商标侵权范畴,具体判断两商标是否相似的依据为——是否容易导致相关公众发生混淆。根据《商标法》的规定,未经注册商标所有人的许可,在同一种商品或类似商品上使用与注册商标相同或类似的商标的行为,属于侵犯注册商标专用权。如果“茶颜观色”洛旗公司实施的行为给商标权人造成了损害后果,那么权利人有权收集证据向法院进行诉讼,要求其停止使用商标,赔偿相关的财产损失以及商誉损失。

《专项行动方案》 为奥运知识产权保驾护航

本报讯 国家知识产权局、国家市场监督管理总局近日联合开展了北京2022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,并联合印发了《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》。

《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》将奥林匹克及冬奥会、冬残奥会的旗帜、标志、格言、会歌、吉祥物、口号、火炬等皆纳入保护范围,并对奥运场地500米内的商品重点检查,从严处置侵犯奥林匹克标志相关专利、商标等知识产权的违法行为,严厉打击未经权利人许可,利用冬奥会和冬残奥会有关元素发布广告,足以引人误认为与权利人之间有赞助或其他支持关系的、误导消费者的违法广告。

“此次《专项行动方案》的发布为本届冬奥会知识产权保护工作规划构建了便捷高效、严格公正、公开透明的行政保护体系和健全统一领导、衔接顺畅、快速高效的协同保护格局。”中国法学会体育法学研究会理事李雁军认为,《专项行动方案》呼应了境内外奥林匹克知识产权权利人和合法使用人的合理预期。(王佳)

贸易预警

阿根廷对华太阳镜等 作出反倾销终裁

阿根廷生产发展部日前在阿根廷《官方公报》发布公告,对原产于中国的太阳镜、眼镜框和矫正视力眼镜作出第二次反倾销日落复审肯定性终裁,决定维持2019年公告确定的反倾销措施。公告自发布之日起生效,有效期为五年。

巴基斯坦终止对华地砖 和墙砖反倾销措施

巴基斯坦国家关税委员会近日发布最新公告,依据巴基斯坦反倾销上诉法庭于2020年5月21日的裁决,决定终止对原产于或进口自中国地砖和墙砖的反倾销税以及与中国五矿化工进出口商会达成的价格承诺协定。

印度对华玻化砖 作出反倾销终裁

印度商工部日前发布公告,对原产于或进口自中国的吸水率低于3%的抛光或未抛光的釉面/无釉/玻化砖作出第一次反倾销日落复审终裁,建议继续对中国的涉案产品征收为期5年的反倾销税,税率为0至1.87美元/平方米,其中佛山市金怡陶瓷有限公司和新兴县致胜陶瓷有限公司均为0,其他生产商为1.87美元/平方米。本案的反倾销措施不适用于微晶砖、通体砖和厚度小于5毫米的薄型砖。

韩国对华聚酯全拉伸丝 作出反倾销终裁

韩国贸易委员会发布案件的最新公告,对原产于中国的聚酯全拉伸丝作出反倾销终裁,建议韩国企划财政部对涉案产品征收为期5年的反倾销税,其中,浙江恒逸石化有限公司及其关联企业为3.95%、新凤鸣集团湖州中石科技有限公司及其关联企业为5.79%、浙江天圣化纤有限公司及其关联企业为6.11%、江苏国望高科纤维有限公司及其关联企业为10.91%、江苏恒力化纤股份有限公司及其关联企业为5.00%、其他生产商/出口商为7.75%。

(本报综合报道)

中国国际经济贸易仲裁委员会 CHINA INTERNATIONAL ECONOMIC AND TRADE ARBITRATION COMMISSION

法律干线

第十九届“贸仲杯”开幕式举办

本报讯 “贸仲杯之友”发布仪式暨第十九届“贸仲杯”国际商事仲裁模拟仲裁庭辩论赛开幕式于日前在线上举办,共计2.5万余人次上线观看了直播。

“贸仲杯”辩论赛自2000年开办至今,始终秉持培养具备国际化实务能力的涉外仲裁法治人才之初心,培育出了一大批兼具国际视野、丰富实务经验以及一流外语水平的拔尖人才和后备力量。本届“贸仲杯”继续向涉外法律人才释放出吸引力,报名之势如火如荼。截至目前,来自75所国内外高校的700余名选手报名参加。本届“贸仲杯”首次吸引了来自英国、马来西亚、乌兹别克斯坦等多个国家的院校报名参加,在国际化程度上迈上新台阶。

贸仲副主任兼秘书长、“贸仲杯之友”主席王承杰在仪式上正式发布了“贸仲杯之友”,同时宣布第十九届“贸仲杯”国际商事仲裁模拟仲裁庭辩论赛

正式开幕。贸仲第十九届“贸仲杯”开赛之际正式推出“贸仲杯之友”,旨在培养具有国际视野、通晓国际规则、善于处理涉外法律事务、能够参与国际合作与国际竞争的高端复合型法律人才。该平台下设拓展与外联分委会、学术与研究分委会、会员与行政分委会,面向所有参加过“贸仲杯”比赛的队员、教练和仲裁员等相关人员,促进交流与合作。日常活动将邀请相关学者、实务专家提供支持工作。

“贸仲杯之友”副主席兼天公诚律师事务所律师董纯钢及达辉律师事务所律师马志华表达了对平台未来发展的期望及对青年人才的祝福。各分委会委员也通过分享自己与“贸仲杯”赛事的渊源,肯定了“贸仲杯之友”平台对于参赛选手以及仲裁员的意义。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)



制图
耿晓倩

因以“炒菜界的海底捞”进行宣传,河北小放牛餐饮管理有限公司于日前被海底捞告上法庭,并索赔100万元。(朱雨墨)

弹窗广告可一键关闭 《互联网广告管理办法(征求意见稿)》发布

市场监管总局日前在官方网站就新修订的《互联网广告管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)公开征求意见。《办法》共31条,是在原《互联网广告管理暂行办法》基础上,围绕当前互联网广告发展新情况和新业态修订产生的,对互联网广告经营者、发布者行为,互联网广告内容及监管、违反规定的有关罚则等作出规定。

其中,最受公众关注的就是互联网弹窗广告的有关事项。根据《办法》,互联网广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。通过互联网媒介,以竞价排名、新闻报道、经验分享、消费测评等形式,或者附加购物链接的其他形式推销商品、服务的,应当显著标明

“广告”。以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。

《办法》还要求,利用算法推荐等方式发布互联网广告,其投放程序的后台数据属于互联网广告业务档案。利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。未经用户同意或者请求,不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通信信息中附加广告或者广告链接,不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告。

记者了解到,在今年4月召开的互联网平台企业行政指导会上,与会34家互联网平台企业签署了《依法合规经营承诺》。这些企业在承诺中都

提到“自觉维护互联网广告市场秩序”,如依法规范广告经营活动,完善广告监测机制、加强平台内广告审核,严格规范广告发布行为,注意广告导向,杜绝虚假宣传和低俗内容。

针对不同领域的广告内容,《办法》也进行了规定。医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告,未经审查,不得发布。对须经审查的广告,应当严格按照审查通过的内容发布,不得剪辑、拼接、修改,不得增加链接、二维码等内容。已经审查通过的广告内容需要改动的,应当重新申请广告审查。

此外,针对校外培训广告,《办法》要求,不得利用互联网发布面向中小学、幼儿园的校外培训广告。不得利用针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

针对网络直播,《办法》明确,互联网直播内容构成商业广告的,相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。对有关违反规定的情况,《办

法》提出了处罚依据和标准。比如,以欺骗、误导方式诱使用户点击广告的,由县级以上市场监管部门责令改正,对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者处以违法所得3倍以上罚款,但最高不超过3万元。同时,《办法》明确提出,市场监管部门对互联网广告的技术监测记录资料,可以作为对违法互联网广告实施行政处罚或者采取行政措施电子数据证据。

专家表示,《办法》的出台有利于规范企业在市场中的营销宣传行为,促进互联网广告业健康发展,维护公平竞争的市场经济秩序,维护消费者权益,为我国企业发展营造良好、可持续营商环境。(穆青风)

专利申请优先权转让证明递交的注意事项

■ 丁利佳

根据自2021年6月1日起开始施行的新《专利法》第二十九条,申请人自发明或者实用新型在外国第一次提出专利申请之日起十二个月内,或者自外观设计在外国第一次提出专利申请之日起六个月内,又在中国就相同主题提出专利申请的,依照该外国同中国签订的协议或者共同参加的国际条约,或者依照相互承认优先权的原则,可以享有优先权。申请人自发明或者实用新型在中国第一次提出专利申请之日起十二个月内,或者自外观设计在中国第一次提出专利申请之日起六个月内,又向专利局就相同主题提出专利申请的,可以享有优先权。

依据《专利审查指南》第一部分第一章的有关规定,申请人向专利局提出一件专利申请并要求优先权的,要求优先权的在后申请的申请人与在先申请文件中记载的申请人不一致,并且在先申请文件中记载的申请人应当一致,或者是在先申请文件中记载的申请人之一。申请人完全不一致,且在先申请的申请人将优先权转让给在后申请的申请人的,应当提交由在先申请的全体申请人签字或者盖章的优先权转让证明文件。申请人

期满未提交优先权转让证明文件或者提交的优先权转让证明文件不符合规定的,审查员发出视为未要求优先权通知书。所以,要求优先权的在后申请的申请人未在前在先申请文件中载明时,需要向国家知识产权局专利局递交优先权转让证明,用以证明在后申请的申请人享有优先权。

如果要求优先权的在后中国申请的申请人与在先申请文件中记载的申请人不一致,并且不是在先申请文件中记载的申请人之一,即,如果在后申请的申请人未在前在先申请文件中载明,需要提交由在先申请的全体申请人签字或者盖章的优先权转让证明文件。

优先权转让证明文件一般应当包括下列信息:在先申请人即转让方的名称或者姓名、地址;需要转让的优先权信息,即原受理机构名称、在先申请日、在先申请号;受让方的名称或者姓名、地址;双方的权利义务,即转让方将在先申请在中华人民共和国的全部权益(包括优先权)转让给受让方。

优先权转让证明文件递交之前,需要仔细核对优先权转让证明中所含有的原受理机构名称、在先

申请日、在先申请号信息,转让人和受让人的信息;其中转让人的姓名或名称和在先申请文件副本中记录的信息对比,受让人的信息要和在国家知识产权局专利局递交的申请中的申请人信息对比。如有不一致的信息,需要第一时间和相关当事人联系,询问不一致的原因。

根据自2021年6月1日起开始施行的新《专利法》第三十条,申请人要求发明、实用新型专利优先权的,应当在第一次提出申请之日起16个月内,提交第一次提出的专利申请文件的副本。申请人要求外观设计专利优先权的应当在提出在后申请之日起3个月内提交第一次提出的专利申请文件的副本。

为配合新《专利法》的施行,国家知识产权局展开《专利审查指南》修改工作,于2021年8月3日在其官网公布了《专利审查指南修改草案(征求意见稿)》。根据《专利审查指南修改草案(征求意见稿)》第一部分第一章的有关规定,对于发明专利申请或者实用新型专利申请,需要递交优先权转让证明的,优先权转让证明应当在优先权日(要求

多项优先权的,指最早优先权日)起16个月内提交优先权转让证明文件。这个期限和《专利审查指南》第一部分第一章的原有规定(优先权转让证明应当在提出在后申请之日起3个月内提交)不同,做了适当调整,需要注意。

进入中国国家阶段的PCT国际申请,要求优先权的,通常不需要向国家知识产权局专利局提交优先权转让证明。如果PCT国际申请的申请人未在前在先申请文件中载明,并且PCT/ISA/210表(国际检索报告)中列有“PX”、“PY”类文件,在这种情况下,需要提交优先权转让证明。但是,如果国际公布文本首页上显示有申请人作出的有权

要求优先权的声明,即根据PCT细则4.17(iii)作出的声明,申请人就无需提交优先权转让证明。

要求优先权的中国专利申请,需要核查在先申请文件副本中的申请人是否和在后申请的申请人一致。如果有不一致的情况,需要核查是否需要递交优先权转让证明,如果需要提交优先权转让证明,在收到优先权转让证明文件之后,认真核查优先权转让证明的有关事项,在期限内及时递交,避免国家知识产权局发出视为未要求优先权通知书,并使专利申请能够尽快通过初步审查。

(作者单位:贸促会专利商标事务所)



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



贸促专利微信公众号