

“加拿大鹅”引众怒 双标企业寸步难行

■ 本报记者 钱颜

上海的贾女士日前在上海国金中心商场“加拿大鹅”专门店购买了一件价格上万的羽绒服,回家后发现衣服的商标绣错了,中心太阳处多绣了一根弧线,并且缝线粗糙、面料刺鼻。贾女士表示购衣时曾被店员要求签署“更换条款”,条款显示除非相关法律另有规定,所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退货。而在加拿大鹅官方网站搜索时发现,其在加拿大、美国、英国地区均有30天退货政策。

次日,贾女士向国金中心“加拿大鹅”门店店长投诉,店长称没有权力退货,需要总公司解决。此事引发众怒。12月1日,上海市消费者权益保护局就此事约谈“加拿大鹅”。舆论发酵后,“加拿大鹅”终于通过官方微博发布声明,称会严格遵守中国法律法规执行退换货政策,全力保护消费者权益。

“加拿大鹅”这种内外有别的“双标霸王条款”经营模式,显然违背了我国的法律。”北京凯信律师事务所律师张莹告诉记者,根据我国《消费者权益保护法》第二十四条规定,经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的,消

费者可以自收到商品之日起七日内退货;七日后符合法定解除合同条件的,消费者可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。根据贾女士的反映,“加拿大鹅”服装质量存在问题,理应退货。

此外,“加拿大鹅”要求顾客签署的“更换条款”也存在不合理之处。张莹表示,根据我国《民法典》第四百九十七条规定,不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的格式条款无效。上述经营者对消费者因产品质量问题主张权利设置各类不合理条款门槛,涉嫌违背相关法律规定,侵害消费者合法权益。因此,这种显失公平的更换协议影响了平等交易,可以视为无效。

北京市恒都律师事务所律师周卫法表示,因质量瑕疵需要退货、更换、修理的,商家还需承担贾女士为退货而支付的如运费等必要费用,甚至可以要求厂家赔偿违约金。针对“面料有刺鼻味道”,如果经查证,服装面料质量不符合国家标准,可能对人体健康造成损害,“加拿大鹅”等商家可能还要面临警告、没收违法所得、处以违法所得一倍至十倍的罚款,责令停业整顿、吊销营业执照等行政处罚。

这并不是“加拿大鹅”首次因为负面事件上热搜,今年9月,“加拿大鹅”被上海市黄浦区市场监督管理局行政处罚45万元,处罚事由为“利用广告对商品或服务作虚假宣传,欺骗和误导消费者”。“加拿大鹅”天猫旗舰店在宣传过程中,用了“我们的所有羽绒混合材料均含有 Hutterite 羽绒,这是优良且最保暖的加拿大羽绒”的文字内

容。而最终调查发现,其销售的大部分羽绒服并非使用保温性能更出色的高蓬松度鹅绒,而是使用了蓬松度较低的鸭绒。最终监管部门认定,“加拿大鹅”的广告语以偏概全、与事实不符。

尽管备受争议,“加拿大鹅”依旧靠着在中国市场的营销取得了业绩增长和股价回暖的成绩。“加拿大鹅”总裁兼首席执行官 Dani Reiss

表示,今年公司二季度营收的增长主要得益于电商渠道的快速增长以及大中华区市场的贡献。

“国外企业在中国经营应当遵守我国的法律,不能用歧视的方法区别经营。”张莹表示,我国消费者也应该抛弃外国月亮比较圆,盲目追求明星带货等非理性消费方式,遇到“霸王条款”和不合格的产品及时维权。



制图 耿晓倩

11月29日,运动服装制造商露露乐檬(Lululemon)在加利福尼亚联邦法院提出诉讼,指控健身品牌Peloton于秋季推出的运动服装侵犯其六项专利设计。(杜云升)

交通运输业新规发布 网约车大数据杀熟将得到严监管

交通运输部等八部门近日联合印发了《关于加强交通运输新业态从业人员权益保障工作的意见》(以下简称《意见》),明确要求加大反垄断、反不正当竞争监管执法力度,依法严厉查处低价倾销、“大数据杀熟”、诱导欺诈等违法违规行为。

据了解,今年以来,交通运输部已多次就规范网约车等交通运输新业态发展发声,监管力度不断加强。《意见》要求维护公平竞争市场秩序,促进网约车平台企业合规发展。

《意见》要求,加强对交通运输新业态企业的事前事中事后全链条监管,强化交通运输新业态运行监

测,及时预警垄断风险,加大反垄断、反不正当竞争监管执法力度。防范资本在交通运输新业态领域无序扩张,依法严厉查处低价倾销、“大数据杀熟”、诱导欺诈等违法违规行为。落实交通运输新业态企业主体责任,引导企业自觉开展公平竞争,鼓励企业主动向社会作出公平竞争信用承诺。

《意见》还要求,各地交通运输主管部门要督促网约车平台企业严格遵守法规规定,不得接入未获得网约车许可的驾驶员和车辆。督促网约车平台企业在驾驶员和车辆新注册时,应要求提供网约车驾驶员

和车辆许可证件,对无法提供的不予注册,并提醒依法依规办理相应许可。严厉打击非法营运行为,鼓励运用信息化手段加强精准执法。

据了解,滴滴、美团等都曾陷入过大数据技术杀熟纠纷,针对网约车司机反映的平台抽成高、派单规则不合理等问题,交通运输部还曾多次对滴滴出行、T3出行等多家交通运输新业态平台公司进行了联合约谈,督促各平台公司落实主体责任,合理确定抽成比例和信息服务费水平,整改侵害从业人员权益的经营行为。同时,要求平台公司完善投诉机制,畅通驾驶员利益诉求渠道,及时回应合

理诉求与关切,不得敷衍推诿。

今年4月,在广州市市场监管局召开的“大数据杀熟”专项调研和规范公平竞争市场秩序行政指导会上,美团、滴滴出行、如祺出行等10家互联网平台企业代表签署《平台企业维护公平竞争市场秩序承诺书》。其中就不利用技术手段损害竞争秩序,不妨碍其他市场主体正常经营,不对平台内经营者进行不合理限制或附加不合理条件进行了相关承诺。

日前实施的《个人信息保护法》中规定,不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。西南政法大学经济法学院副教

授叶明表示,目前互联网行业滥用市场支配地位的案件日益增多,影响也比较恶劣,反垄断执法机构在认定互联网企业是否具有市场支配地位时必须认真分析互联网行业的竞争特点,同时重视考虑产业政策。

中国社会科学院经济研究所工作人员方杨向记者表示,在《意见》指导下,各大交通运输互联网平台将逐渐建立起投诉、赔偿制度,帮助消费者解决动态调价导致的价格不公问题,将对保护居民数据安全、理性应用大数据和新兴技术起到监管作用,从而规范网约车市场,让权利人得到法律保护。(穆青凤)

美国知识产权司法保护体系概述

■ 冯璞

美国的法院系统分为联邦法院和州法院。尽管联邦巡回法院的判决对于其辖区内的州法院具有约束作用,但州法院和联邦法院并不存在从属关系。

州法院系统

美国各州的州法院依据各州的宪法而建立,一般分为具有有限管辖权的初审法院、具有普遍管辖权的初审法院、州上诉法院和州最高法院。具有有限管辖权的初审法院一般主要处理一些争议金额不太大的民事案件和交通违法案件,有些法院还审理离婚诉讼、子女监护权等家庭案件。具有普遍管辖权的州初审法院对各种案件都有管辖权,包括民事争议和刑事指控,某些情形下还可以受理来自具有有限管辖权的州法院上诉案件。州上诉法院通常不受理新的案件,也不审查事实问题,但可以审查法律问题,只有当发现初审法院查明的事实有明显错误或者根本没有证据支持时,才能对事实问题提出质疑。州最高法院的判决对于所有问题都是终局的,只有当判决涉及联邦法律问题的时候,联邦最高法院才能推翻该判决。

联邦法院系统

联邦法院又分为联邦地区法院、联邦巡回上诉法院和联邦最高法院。联邦法院的法官由美国总统提名后经参议院批准,并且都是终身制。联邦地区法院审理涉及联邦事务的案件,比如联邦刑事犯罪和执行联邦法律的事项。此外,如果原告和被告来自不同的州或国家,即使这个案件可以根据州的法律来主张权利,联邦地区法院仍然可以具有管辖权。联邦上诉法院负责审理其所在的巡回司法管辖区内联邦地区法院的上诉案件。联邦最高法院只对有限的案件具有初审管辖权,比如案件涉及两个州,或者涉及大使的案件,其更多的职能是受理上诉。联邦

最高法院可以接受联邦巡回法院的上诉,也可以接受州最高法院的上诉。每年都大约有好几千起案件申请联邦最高法院审理,实际上只有不到100个案件最终会得到联邦最高法院的受理。

知识产权纠纷的管辖法院

由于知识产权法律以联邦法律为主,联邦法院系统具有更多的司法管辖权。一般的知识产权案件先由联邦地区法院一审,对判决不服可以上诉到联邦巡回上诉法院,还可以上诉至联邦最高法院。由于联邦最高法院只受理有典型代表意义的案件,在知识产权诉讼中联邦巡回上诉法院的判决具有关键性的作用。

需要特别指出的是,联邦巡回上诉法院对专利诉讼具有排他性的上诉管辖权。专门化的专利司法体系大大减少了美国专利保护中的冲突,使专利司法、行政机关对于专利法的解释与实施趋于标准化、一致性和确定性,因此极大地加强了美国专利法律保护的稳定性。与此相似,位于纽约的联邦第2巡回上诉法院和加州的第9巡回上诉法院在版权方面的判决影响较大,因为这两个地区为高新技术和版权产业密集区,相关的版权案件较多。商标方面,联邦和各州法院系统均有司法管辖权,但相对而言,联邦巡回上诉法院尤其是华盛顿哥伦比亚特区的上诉法院关于商标权的判决更具有权威性。由于商业秘密没有联邦法,有关商业秘密的案件通常由州法院上诉解决。

由于美国拥有一支专业素质较高的律师队伍,大部分知识产权纠纷案件最终在原被告双方代理律师的不断接触和协商中得到解决,经双方律师商讨后仍不能解决的才诉诸法院。同时,由于美国解决纠纷的方式是法庭审判,司法审理的时间较长,纠纷双方的代理费和诉讼费支出较大,多数纠纷当事人都希望通过律师之间的商讨得到解决,

事实上许多纠纷也是这样解决的,构成了美国处理知识产权纠纷案件的一大特色。

针对专利商标局的决定不服的司法救济

美国专利商标局负责审查专利和商标申请以及处理诸如专利无效、商标争议等案件,如果申请人对审查员的决定不满意,可以向专利商标局内部的专利或者商标审判复审委员会提出复审。复审委员会可以认可审查员的决定,也可以对审查员的决定作出修改。对审判复审委员会的决定不服的申请人,即可以直接向联邦巡回上诉法院提起诉讼,也可以向联邦地区法院提起民事诉讼。联邦巡回上诉法院根据美国专利商标局的记录,对审判复审委员会的决定进行复审,并且只有在没有实质性证据支持的情况下,才可以否定美国专利商标局的决定。而如果申请人选择向位于弗吉尼亚州东区的联邦地区法院提起针对美国专利和商标局局长的民事诉讼,则申请人可以提出美国专利商标局没有机会考虑的新证据。如果申请人提出新的证据,联邦地区法院必须根据新的证据和美国专利商标局的行政记录作出新的事实裁定。

知识产权侵权的民事责任

一般而言,知识产权受害方通过民事诉讼寻求法律救助,只有在极个别情况下才会对侵权者给予刑事制裁。

1. 版权

著作权受联邦《版权法》保护,该法明文规定“独家版权的法定或实益拥有者有权对任何侵权行为提起诉讼。”版权所有者可以在联邦地区法院对侵权方提起民事诉讼。若版权所有人诉讼成功,法院将对版权所有人作出补救裁决,即赔偿或禁令裁决。没有获得版权所有人允许或授权的个人或机构在下列情况下会触犯版权:1)复制受版权保

护的作品;2)演绎派生作品;3)发行受版权保护的作品;4)公开表演受版权保护的作品;5)公开展示受版权保护的作品;6)通过数字音频传送受版权保护的作品。

此外,美国《优化知识产权与资源组织法案》放宽了版权人请求法院救济的条件。原版权法规定注册登记虽不是享有作品版权的前提条件,但却是权利人提起侵权诉讼的条件。该法案则规定“版权登记中的偏差,除非属于故意,并且会让版权局长拒绝登记,视为为满足登记的要求。法院在审理此类案件时应咨询版权局长的意见”,从而更侧重从实质上保护版权所有人的利益。

2. 专利

联邦《专利法》对专利权的获得和保护也有明文规定。《专利法》赋予专利所有者禁止他方制造、使用、销售和进口该专利产品的权利。专利所有者可在联邦地区法院对专利侵权方提起诉讼以求获得法律救助。

专利所有者必须能证明被告侵犯了专利所有者的权利。通常情况下,专利所有者必须维护专利的有效性和执行力度,否则侵权人会从各方面对专利进行挑战,连已授权的专利也不会放过。

3. 商标及不正当竞争和商业秘密

联邦《商标法》保护商标所有者的专有权利,禁止他人使用该商标混淆消费大众对该产品或服务的认知。根据联邦商标法《兰哈姆法》的规定,商标所有者可在联邦地区法院提起诉讼,或在州法院按州普通法行使其权利。

原告也可以按不正当竞争法提起诉讼,其涉及的范围要比《商标法》宽广得多。不正当竞争涉及任何一项使公众对某产品或服务的销售及营销活动引起的混淆、误导或欺骗的商业行为,如滥用商业秘密,而商业秘密本身也涉及到另一个单行法的范畴。

《商业秘密法》保护有价值的商业信息,禁止他人盗用。盗用指的是侵权人通过滥用机密关系或其他不正当手段获取商业秘密。在下列条件下商业秘密所有者可将侵权者告上州法院或联邦法院:1)拥有有商业价值的秘密;2)侵权人获得非法的秘密;3)商业秘密所有者已采取合理措施保护的秘密。商业秘密的区别性特点是权利人必须证明侵权人已经了解或应该已经了解商业秘密信息。这点有别于《专利法》的侵权人在不知情的情况下侵犯专利权。

4. 审前证据开示

美国的诉讼体系,包括知识产权诉讼中具有鲜明特色的一环是证据开示。证据开示是当事人或代理律师通过向对方要求出示文件或证据,或者通过宣誓作证、书面质询等方法强制对方当事人出示证据的一种审前程序。其出示的证据不单单是对己方有利的证据,对己不利的证据也应出示,目的在于进一步收集证据,披露事实。通过证据开示制度,在审前各方的证据已经浮出水面,案件的事实也大致清楚,专业律师基本上能够判断案件的结果。因此,在审前撤诉或达成和解的几率比较高,这也是美国包括知识产权诉讼在内的民事诉讼真正进入实体审理由法院作出判决的案件数量比例并不太高的重要原因。

给中国企业的建议

随着进入美国市场的中国企业和个人逐年增多,在如今中美竞争日趋激烈的大环境下面临的知识产权诉讼风险也随之增加。知识产权法具有地域性,虽然许多原则性问题具有共同性,但是每个国家的具体条文规定有时相差很大。对于进入美国市场的中国商业主体来说,首先要做好的功课是了解和熟悉美国知识产权法律法规,并且做好专利和商标的前期检索工作,把权利冲突的可能性降低到最小程度,其次需要完善内部知识产权管理文档,为将来可能发生的诉讼或者维权做好准备。一旦发生知识产权诉讼,应立即寻求专业律师的建议,尤其是考虑到美国的诉讼程序与中国具有很大差异,仅证据开示这一环节就非常复杂,聘请有经验的美国律师可以克服对于美国司法体制不熟悉的弱点。除了被动应诉之外,在时机成熟的情况下也可以主动出击,提出反诉、采取请求行政调查等反制措施。中国公司还应意识到,美国知识产权诉讼的庭外和解率非常高,应在律师的引导下,考虑诉讼成本,充分发掘己方的优势和对方的劣势,争取达成双方都能接受的和解协议。

(作者单位:中国贸促会专利商标事务所纽约代表处)



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



贸促专商微信公众号