

格力诉奥克斯侵害商业秘密 索赔近亿元

■ 本报记者 钱颜

广州知识产权法院于日前刊登了珠海格力电器起诉奥克斯空调、宁波奥胜贸易有限公司等的裁判文书。公告内容显示,原告格力电器诉7名被告立即停止侵犯原告商业秘密,永久删除载有原告商业秘密的电子数据,以及空调器产品、模具、技术图纸等,并且索赔9900万元。

资料显示,7名被告中,除奥克斯空调外,宁波奥胜贸易有限公司为奥克斯旗下控股子公司,而古汤汤、吴庆壮、黄家柏等5名自然人均曾发明过空调相关专利,并登记在奥克斯名下。

康云知识产权部综合部主任程远告诉《中国贸易报》记者,商业秘密是企业的核心竞争力,也是企业的无形资产。对于格力这一行业领军企业来说,商业秘密的泄露造成的损失是严重的,不仅会影响企业的竞争力和市场地位,还可能导致经济损失和声誉受损。

什么情况下企业可以要求对方转移专利权?程远介绍,根据法律规定,技术秘密权利人以侵害技术秘密作为请求权基础,主张有关专利申请权或者专利权归其所有的,人民法院应当审查专利文件是否披露了或者专利技术方案是否使用了该技术秘密,以及技术秘密是否构成专利技术方案的实质性内容。如果技术秘密确为专利文件所披露或者专利技术方案的实质性内容,则技术秘密权利人对有关专利申请或者专利享

有相应权利。程远表示,“从格力提出的赔偿和转移专利权的诉求来看,奥克斯的空调器产品、模具、技术图纸等很可能侵犯了格力的知识产权。”

据了解,这并非格力与奥克斯第一次因知识产权纠纷对簿公堂。早在2015年,格力就将奥克斯告上法庭,理由是奥克斯涉嫌侵犯3项格力实用新型专利,要求奥克斯立刻停止侵权行为并赔偿相应损失。该案以格力胜诉告终,奥克斯赔偿格力经济损失230万元。

2020年5月,另一起格力诉奥克斯侵犯专利权案尘埃落定,法院判决奥克斯赔偿4000万元。这起案件被广东法院网列为“2019年度广东省知识产权审判十大案

件”之一。

今年4月23日,最高人民法院知识产权法庭公开开庭审理格力电器与奥克斯空调之间关于压缩机专利侵权的5起纠纷案件。

除了知识产权纠纷不断外,“挖人大战”也是两大空调巨头纠纷不断的导火索之一。有消息称,自2010年以来,奥克斯从格力挖走了300多名研发、质检等部门的核心骨干人员。董明珠曾在2019年格力电器临时股东大会上称,奥克斯“天天挖人、挖专利”“偷我们的技术”。此次涉案人员之一古汤汤,就曾在格力电器的研发部门任职,后成为奥克斯空调家电事业部副总裁。

程远表示,公司核心成员跳槽

是公司商业秘密侵权的重灾区,尤其在技术壁垒比较高的行业,这种现象屡禁不止。人员变动无可厚非,但恶意挖人的行为,不仅侵犯了其他企业的商业秘密,也会扰乱市场秩序,构成不正当竞争。国内过去发生的商业秘密侵权诉讼案中,商业秘密侵权案件赔偿金额最高可超1亿元。情节严重的,相关负责人还须承担刑事责任。因此企业应重视“挖人”过程中的商业秘密侵权问题。对于格力这样的龙头企业来说,建议优化内部商业秘密管理机制,将公司商业秘密划分为不同的等级,与员工签订相对应的竞业禁止协议。并给予一定保密费用,鼓励涉密人员按约定履行保密义务。



制图 耿晓倩

中概股拼多多控股旗下的跨境电商Temu,近日一纸诉状将出海市场的对手Shein告上波士顿法庭,指控其限制经销商供货的行为违反了反垄断法。

(李思)

中国—东盟打击侵权假冒合作发展论坛举办

本报讯 中国—东盟打击侵权假冒合作发展论坛近日在广西梧州举办。市场监管总局副局长甘霖表示,我们长期坚持走中国特色知识产权保护与发展之路,持续构建横向协同、纵向贯通、内外联动的知识产权保护体系,有效遏制侵权假冒发展势头,与东盟国家在打击侵权假冒、保护知识产权领域有效合作,取得积极成效。下一步,我们将继续与东盟国家携手,加强知识产权保护领域经验交流、信息共享、联合执法等多方面合作,为深化知识产权全球治理持续作出新贡献。

世界知识产权组织副总干事王彬颖代表世界知识产权组织总干事邓鸿森对论坛举办表示祝贺,赞赏了中国政府在加强涉外知识产权审判、营造市场化营商环境方面取得的成就。多年来,中国与东盟国家深入交流合作,通过保护创新成果和知识产权,为区域经济发展提供稳定环境,中国—东盟经贸关系已成为区域合作的典范。世界知识产权组织期待与中国、东盟国家和其他成员国加强合作,创造有利环境,促进对知识产权的可持续发展,提高有效实施知识产权的能力。(王海林)



亚洲国际仲裁中心主席一行拜访贸仲

本报讯 贸仲副主任兼秘书长王承杰日前在京接待了亚洲国际仲裁中心主席、亚洲多元争议解决研究院主席拿督桑德拉·拉祖等一行。

王承杰表示,今年正值“一带一路”倡议发出十周年,贸仲将联合国际伙伴继续努力将“一带一路”打造成合作之路、法治之路。桑德拉·拉祖表示,“一带一路”倡议具有重要意义,贸仲助力“一带一路”建设的相关举措将有助于外界更加了解和认可“一带一路”倡议的内涵。亚洲国际仲裁中心愿意就此与贸仲开展积极合作。

王承杰介绍了贸仲发展近

况、中国仲裁周系列活动、贸仲仲裁员、调解员队伍建设、仲裁规则创新与国际合作等概况。桑德拉·拉祖也就马来西亚的争议解决现状、亚洲国际仲裁中心及亚洲多元争议解决研究院的最新业务发展与实践进行了介绍。双方还就未来共同举办活动、开展研讨培训等领域进行密切合作深入交换了意见。

双方均表示,今后将增进交流,细化合作,积极探索创新合作方式,携手为亚洲乃至世界商事主体提供更加多样化的争议解决选择。

(来源:中国国际贸易仲裁委员会)

贸易预警

墨西哥对华焊接钢链启动反倾销调查

墨西哥经济部日前发布公告,应墨西哥企业申请,对原产于中国、无论进口来源的焊接钢链启动第四次反倾销日落复审调查,同时墨西哥经济部决定自主发起期间复审调查。本案倾销调查期为2022年4月1日至2023年3月31日,损害调查期为2018年4月1日至2023年3月31日。案件调查期间,现行反倾销税持续有效。公告自发布次日起生效。

美国提起豌豆蛋白“双反”调查申请

美国企业近日向美国商务部和美国国际贸易委员会提交对进口自中国的豌豆蛋白反倾销和反补贴调查的申请。目前,美国国际贸易委员会的产业损害调查程序已经启动,美国商务部将于20日内决定是否立案。

土耳其对进口牙刷启动保障措施调查

土耳其贸易部日前发布公告,应土耳其国内生产商申请,对进口牙刷启动第二次保障措施日落复审调查。除另行延期(6个月)外,预计终裁将于9个月内作出。公告自发布之日起生效。

美国对碳合金钢螺杆发起反规避调查

应美国企业日前提交的申请,美国商务部宣布对进口自中国的钢制螺杆和碳合金钢螺杆发起反规避调查,审核由从中国进口的无螺纹钢制成的、在美国生产的碳合金钢螺杆是否规避了现行的反倾销和反补贴措施。美国商务部对进口自中国、印度、中国台湾地区和泰国的碳合金钢螺杆发起反倾销调查,同时对进口自中国和印度的涉案产品发起反补贴调查。2020年2月10日,美国商务部对进口自中国和印度的碳合金钢螺杆作出反倾销和反补贴肯定性终裁。2020年4月9日,美国正式对中国碳合金钢螺杆征收反倾销税。

(本报综合报道)

发展国内卡牌产业须重视版权保护

■ 本报记者 穆青风

近年来,国内卡牌产业市场规模迅猛发展,涌现了一批有代表性的头部企业,也形成了IP供给、创意与设计、印刷包装、生产制造、营销发行的产业上下游链条。华经产业研究院数据显示,2020年TCG(集换式卡牌游戏)全球市场规模已达到111.3亿美元,预计2027年市场规模将扩大至312.6亿美元,2021至2027年复合年增长率为15.9%。

然而,缺乏有影响力的产业聚

集和消费聚集,没有官方行业组织代表发声,版权保护力度不足,国产精品卡牌和超级IP缺口等因素,严重制约了高速发展的卡牌产业。在日前举办的首届卡牌产业与版权发展论坛上,首都版权协会副秘书长张健表示,目前,国内卡牌市场存在许多盗版产品,这无疑损害了正版发行商的利益。同时,市场上版权授权情况较复杂,很多发行商对卡牌授权方式和渠道缺乏了解,盲目签下了超范围

授权的产品,由此留下侵权隐患。此外,产品质量参差不齐,有些产品内容低俗、工艺粗糙,缺乏行业标准,亟待优化解决。

中国版权协会常务副理事长于慈珂认为,卡牌与潮流富含知识产权元素,需要加强版权保护。应从产业发展推动和促进群众文化消费的角度,做好卡牌产业版权宣传、版权保护、版权交易方面的工作。

上海映蝶影视文化有限公司总

裁金熠表示,当前国内TCG企业在产品研发能力、印刷设备与技术等方面,与国际企业仍存在差距,但要有信心努力去打造健康的卡牌市场。版权保护就是重要途径之一,期待与创新厂商一同创造良好的市场环境,确保行业高质量发展。

CCG集团亚洲业务拓展副总裁赵振阳表示,长远来说,我国卡牌产业发展需要融入优秀传统文化,迎合民众对优质国潮文化的消费诉求。CCG集团将通过对钱币、

邮票、卡牌的评级,通过培养中国的评级师人才、评级中国正版授权IP产品等方式,为中国动漫、影视、文化类IP走向全球保驾护航。

中国文物报社新媒体中心主任王超表示,当消费者消费内容时,也是在接受其背后文化素材的价值观。通过卡牌潮流玩法和互动,可以把传统文化的价值阐发出来。加强卡牌文化或者说国潮文化版权保护,会促进传统文化的现代化,双方实现共生共长。

药企如何做好海外商标布局

■ 李云成

目前,跨国制药企业在全球范围内的商标注册策略相对比较完善,经验也较为丰富。本文旨在通过分享一些知名跨国制药企业的商标注册案例,为我国制药企业走出去时做好商标保护工作提供借鉴。

药企商标有特点

一般来说,制药企业品牌主要包括商号和药品名两类。实践中,跨国药企商号(公司名)的商标注册模式一般包括标识和纯文字(字母)商标。

药品关系到人类的生命和健康,是非常特殊的商品,制药企业的商标注册策略与普通企业的策略有所不同。一般来说,制药企业给公众展示的形象通常是安全、稳重、稳健。标识是企业的徽标,代表了企业的形象,因此制药企业的企业标识通常在相当长的一段时间内保持不变。

制药企业的标识是不不断演进的,如辉瑞制药已经成功完成标识更换。2021年,辉瑞制药更换了其使用了超过70年的品牌标识,以全新的形象面世。在此次标识更换中,辉瑞制药放弃使用了超过70年的药丸形状旧标识,取而代之的是一件让人联想到脱氧核糖核酸双螺旋结构的新标识,意在重塑品牌形象。

然而,由于药品及制药行业的特殊性,对于大型制药企业来说,企业标识的更换需要谨慎对待。跨国制药企业的标识中通常

也包括企业的商号,事实上,这些企业不仅将标识注册商标,其商号也会以普通字体或纯字母形式注册商标。另外,对于中国市场,这些企业也大多注册了普通字体的中文商标。

我国制药企业在实施企业标识的商标注册策略中,可以借鉴跨国药企策略中有益的部分。

根据我国药品监督管理部门的解释,药品名称的种类有3种,即通用名、商品名、国际非专利名。通用名是有关部门按照一定的原则制定的药品名称,是药品的法定名称,其特点是通用性。每种药品只能有一个通用名,如青霉素钠、布洛芬。商品名是指一家企业生产的区别于其他企业同一产品、经过注册的法定名称,其特点是专属性。商品名体现了药品生产企业的形象及其对商品名称的专属权。商品名是生产厂家为突出、宣传自己的商品,凸显品牌效应而起

的名字,与药品的成分、作用等没有关系,如天津某药厂生产的布洛芬,其商品名叫芬必得;美国某公司生产的头孢克洛,其商品名叫希刻劳。国际非专利名是世界卫生组织(WHO)制定的药物的国际通用名,该名称是WHO与各国负责专业术语的部门协作,经过数次修订,为每一种在市场上按药品销售的活性物质所起的,在世界范围内都可接受的唯一名称,如青霉素的国际非专利名为Penicillin,对乙酰氨基酚的国际非专利名为

Paracetamol。

显然,制药企业可以通过商标注册获得注册商标专用权的只能是药品名称中的商品名。

根据实践,使用普通字体的纯文字商标是药品名(商品名)商标注册的基本模式和主要模式,药品名商标首选纯文字商标,大部分药企都会针对药品名注册纯文字商标,这也是由药品的特殊性决定的。含有图形、标识的商标对于药品名(商品名)商标只是一个补充。

实践中,跨国制药企业在给药品起名时,一般采用最强显著特征原则,这一原则不同于普通消费品商标的设计,有以下特点:名称本身应当无含义,药品商标一般不选用任意性的词汇,即社会生活中和自然界中已有的名称,如动植物、建筑物名称等;根据药品的功能和用途,通常会采用截取、拆分和组合等手段。

在笔者看来,中国制药企业在实施药品商标的设计和注册策略中,可以借鉴这些跨国药企的策略。

海外布局有策略

我国制药企业在海外一般采用两种方式进行商标注册,一是单一国家注册,二是马德里国际注册。

单一国家注册的好处是不受中国注册的限制,可根据商标在目标国家实际使用的情况提出申请,针对性较强;缺点是需委托当地国家的代理机构办理,费用相对较高。马德里国际注册手续更简便,

一件马德里国际注册申请最多可以覆盖130个国家,包括全球主要发达国家和人口大国。同时,手续简便还表现在规费的支付上,申请人可以直接向中国国家知识产权局商标局缴纳相关费用,省去了相对于单一国家申请时需向不同国家缴费的麻烦。马德里国际注册费用更划算,无论申请中指定多少成员国,基础注册费只需缴纳一份,因此指定的国家越多越划算;提交申请阶段不需要国外代理律师介入,相对于单一国家方式节省了大量律师费;取得注册后的后期维护,特别是变更、转让等程序只有一次性的固定费用,与单一国家注册后办理变更、转让时的费用有较大差别。

当然,马德里国际注册也有缺点,主要包括要求以商标国内申请或注册为基础,申请商标必须与国内商标完全一致,商品或服务内容不得超过原注册范围;申请过程相

对时间长,需要经过中国国家知识产权局商标局、世界知识产权组织、当地国家知识产权管理部门三重审查;注册效力具有不稳定性,由于国际注册要求以国内申请或注册为基础,5年后才能与原属国的注册脱钩,因此一旦原属国的注册在5年内被撤销或国内的申请被驳回而未能在国际注册也将随之被撤销,即“中心打击原则”。

总体来看,海外商标注册方式中,如果需要进行大范围布局,首选马德里国际注册;对于需要立即进入目标国市场的,建议采用单一注册方式。鉴于药品商标的显著性强、商品名简洁清晰等特征,更适合马德里国际注册。我国制药企业在海外申请商标时,如果是在马德里成员国范围内的,建议首选马德里国际注册方式。

(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
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE



贸促专商微信公众号