

商标维权边界再引热议

先“小米”遭后“小米”要求改名 合理还是合规

■ 本报记者 钱颜

多家“米”姓商人因使用“小米”命名自家店铺遭小米公司发停止侵权函,期间关于知识产权维权边界的话题再次引发行业热议。近日,湖南怀化“小米汽车维修厂”收到一封从北京发来的《侵权通知函》,这则《侵权通知函》的落款为“小米科技有限责任公司法务部”,并盖有小米公司公章。《侵权通知函》内容显示:“因你方在企业名称中使用‘小米’字号的商标侵权行为和不正当竞争行为,现小米科技有限责任公司法务部特向你发出停止侵权通知。”并要求对方在收到通知函十日之内,停止在企业名称中使用“小米”字号,并将停止侵权行为及时通过邮箱反馈。

据了解,小米汽车维修厂的负责人米先生的汽车维修店已经开了20年,且2016年,他就依据自己的姓氏,到工商部门办理了营业执照。“我生下来就姓米,还能把我姓改了不成?”他说。

无独有偶,小米公司的这封通知函让另一位米姓商人也感到“难以理解”。同城的米女士也收到了来自小米公司的邮件,她经营的“小米汽车美容用品店”注册于2015年。她也觉得,只是用自己的姓氏进行了企业注册,且在注册时也未收到工商局任何侵权相关的提醒,她认为自己并不存在侵权行为。

天眼查App显示,含有“小米”

字样且为公众最熟知的“小米企业”有三家,分别为“小米集团”“小米科技有限责任公司”“小米汽车有限公司”,后两家均为“小米集团”成员单位。其中,小米科技成立于2010年,小米汽车成立于2021年。工商登记信息显示,小米科技和小米汽车的法人代表都是雷军,但两家企业的经营范围都没有涉及“汽车美容服务”“汽车维修服务”等相关类别。

“根据我国法律规定,商标权侵权需要当事人具有侵权故意,且客观实施了侵权行为。同时,该侵权行为导致了损害事实的发生。”中普律师事务所律师王琪向《中国贸易报》记者表示,但从本案来看,

两位米姓商家根据自己的姓氏对小米汽车维修厂和小米汽车美容店进行商标使用应在情理之中,虽然可能没有注册商标,但早在2015、2016年就开始使用该商标,具有一定的正当性。商标注册人申请商标注册前,他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的,注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用该商标,只能要求其附加适当区别标识。

王琪还表示,如果小米从不正当竞争的角度对两商家进行诉讼,需要对误导、混淆公众的侵权事实进行证明。两店家经营范围分别为

汽车维修和汽车美容,从公开信息来看,并没有破坏市场公众已经形成的对“小米”品牌的稳定认知,消费者很清楚小米相关商品和服务的来源,因而不应该被认定为侵权。

随着市场竞争的加剧,重视知识产权是现代企业经营发展的必然选择。“无论是在先商标还是在后商标,实践中,法院审理时更加重视商标的长远价值。而知名品牌的商标相对来说更有优势和延续性。”王琪表示,小米公司规模大、市场竞争力更强,其汽车方面的业务正处于高速发展阶段。两商家为避免纠纷和影响日常经营,也可以考虑更改商标,防止产生不必要的冲突。

中小企业借平台数字化转型实现跃升

■ 本报记者 穆青凤

由亚太经合组织中小企业信息化促进中心、中国中小企业协会、清华大学互联网产业研究院等共同编制的《平台企业助力中小企业数字化转型研究报告》近日在京发布。《报告》指出,数字化转型可以帮助中小企业实现管理和运营的智能化、网络化、信息化,提高企业的创新能力和竞争力,实现高质量、高效率的发展,成为市场竞争中的领跑者。同时,平台是服务中小企业数字化转型的重要力量,可助力中小企业实现人才转型和专业能力的提升。

《报告》显示,中小企业普遍面临着缺市场、缺资金、缺人才等问题和挑战。数字化转型路线可以帮助企业提高效率和竞争力,更好地把握市场变化,提高生产效率和质量,降低人工成本,提高创新能力和发展潜力。同时,通过数字化技术,可以建立完整的客户数据体系,了解客户的需求和喜好,优化客户体验和服务质量。建立完善的数字化安全保障体系也可以有效地保护企业的知识产权、商业机密和客户数据。

《报告》认为,平台是助力中小企业数字化转型的最有力支撑。一是显著降低数字化成本。例如云计算的出现,使中小企业能够以购买服务代替购买设备,通过分布式计算按需调用,解决业务急速增长的技术瓶颈问题,以轻资产模式,帮助中小企业以低成本完成技术适配。二是有效降低数字化风险。由于中小企业在数据安全等方面缺乏足够的投入和能力,使得中小企业的数字化面临很大的信息安全风险,甚至让整个供应链都面临更严峻的数据安全风险。而平台企业能够从先进技术、高端人才、大量资金等层面投入信息安全建设,可以有效降低数据安全风险。三是大幅提升创新能力。平台企业汇聚能为中小企业提供最新最先进的技术能力、普惠工具、工程实践和行业经验,而且数字技术在采购、生产、设计等环节的应用,使得供应链上下游企业之间能够快速方便地建立连接,促进知识、数据、技术和资源的跨部门和跨企业的流动,从而可以大幅提升中小企业的创新能力。四是全面提升人才专业能力。以数字化的方式,提供低门槛、广覆盖、门类全的数字化培训服务,提升中小企业各类岗位人员的专业能力。

贸易预警

巴西延长对涉华聚酯纤维纱线暂停征税期限

巴西发展、工业、贸易和服务部外贸委员会管理执行委员会近日发布决议,决定将继续暂停对原产于中国和印度的包括细度在67分特以下的合成纤维单丝在内的非供零售用聚酯纤维纱线征收最终反倾销税,暂停征税期延长最多1年,到期时如未重新实施,该措施将终止。

印尼对进口地毯启动保障措施调查

印度尼西亚贸易安全委员会日前发布公告称,应印尼纺织协会于2023年8月15日代表印尼企业提交的申请,对进口地毯和纺织材料的其他铺地制品启动第一次保障措施日落复审调查。

欧盟对华二氧化钛启动反倾销调查

欧亚经济委员会日前发布公告称,应欧亚经济联盟企业申请,依据欧亚经济委员会内部市场保护司2023年8月4日第8号令,对原产于中国的二氧化钛启动反倾销调查。涉案产品为干量计二氧化钛大于等于80%的颜料,但不包括用于生产香料及化妆品、药品和食品的二氧化钛。公告自发布之日起生效。(本报综合报道)



贸仲参加有关“一带一路”国际仲裁业务座谈会

本报讯 中国国际经济贸易仲裁委员会丝绸之路仲裁中心日前应邀参加由兰州大学意大利研究中心主办的“一带一路”国际仲裁业务合作与能力构建线上座谈会。

兰州大学意大利研究中心主任、兰州大学法学院教授刘光华主持会议并作开场致词。意大利律师事务所PBC LEGAL Law Firm创建合伙人、资深律师刘耀祖,专家顾问、资深意中中意项目专家尹颢璇围绕“意中国际贸易纠纷解决:仲裁的作用和应用问题”作主旨发言。

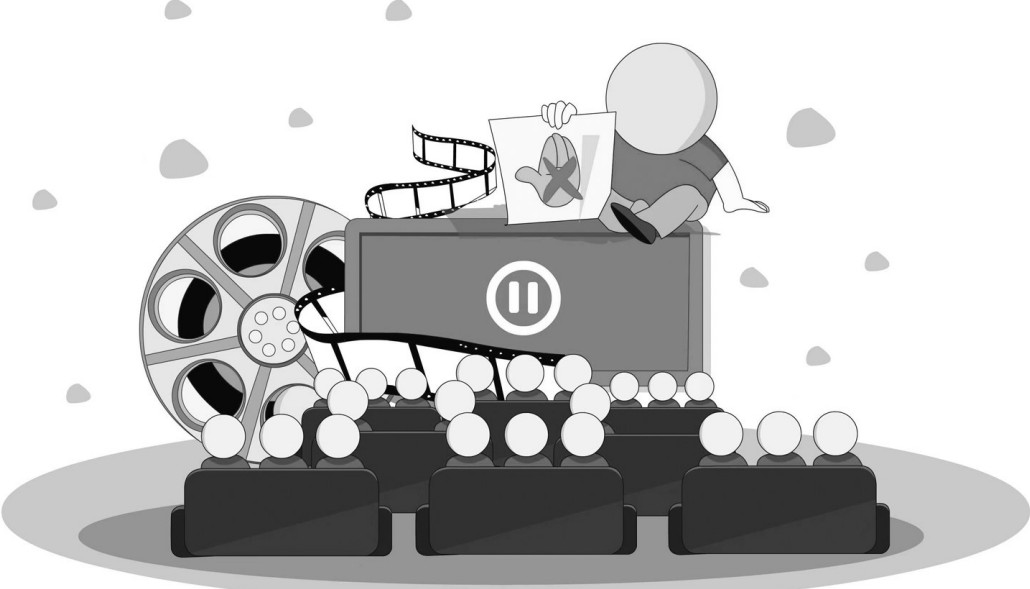
贸仲丝路中心秘书长助理蒋红梅通过贸仲的办案业务、全球多

元区域发展格局、仲裁员队伍建设等情况介绍了贸仲的国际化仲裁服务优势,特别介绍了贸仲丝路中心支持建设“一带一路”国际商事法律服务示范区、“融解决”创新案例等围绕“一带一路”开展的亮点工作。她期待中意各方加强沟通交流,优势互补,共同搭建合作平台,助力推动“一带一路”仲裁事业新发展。

与会各方围绕仲裁共同体构建、仲裁员队伍建设、仲裁规则的修改完善、仲裁机构的差异化发展等问题进行交流探讨。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)

制图
耿晓倩



电影《孤注一掷》自上映之后大获成功,近日却突然陷入侵权争议。宁波空谷幽水影业有限公司发声称,该电影系其与阿里合作开发的项目,坏猴子公司在未获其授权下,将作品申请立项和拍摄,其行为涉嫌侵权。(倪兆中)

创新机制让知产行政保护更有力

国家市场监管总局近日发布了《关于新时代加强知识产权执法的意见》,针对当前知识产权侵权假冒行为出现的新特点,明确强调进一步加强知识产权执法工作。

随着电商的迅速发展和普及,线上销售已成为商品销售的主流,极大加速了商品流通销售,同时也导致了知识产权侵权假冒行为的泛滥。从司法和行政执法实践看,互联网领域已是知识产权侵权诉讼和行政执法的重点和难点。

电商模式下,知识产权侵权假冒行为呈现出在形式上线上线下分离、实质上线上线下一体的特点。这

就让知识产权侵权假冒行为更具隐蔽性,行政执法机关难以溯源查处打击侵权假冒产品的源头制造者。

近年来盛行的网络直播带货模式,更是进一步加剧了知识产权侵权假冒行为的即时性、隐蔽性。由于是直播带货,侵权假冒商品的展示和销售链接都是直播时发布的,并不长期展示留存,这就导致难以发现锁定侵权假冒行为,难以确定侵权主体。正是这种线上可见、线下隐蔽的特点,给行政执法机关的打击查处带来了挑战,甚至出现线上侵权商铺查处一家就又新开一批的“前赴后继”怪象。

此外,电商模式下,知识产权侵权假冒行为还具有形式上跨区域、实质上链条化的特点。而随着物流体系的发达,网上销售已遍及城乡甚至跨越国界。因此,虽然侵权假冒商品的生产制造者、网络销售者、电商平台、消费者往往不在同一行政区域,但知识产权侵权假冒者往往是生产、流通、销售链条化、一体化运作。然而,在执法管辖上,由于行政执法法的管辖区域限制,行政执法机关只能就本区域内的侵权假冒行为进行查处;在执法调查取证上,往往需要行政执法机关跨区域调查取证,这就影响了知识产权行政执法的效率和效果。

针对知识产权侵权假冒行为的这些新特点,《意见》就加强知识产权执法作出了明确应对,确立了加强协作联动、强化技术支撑等基本原则,重点构建线上线下一体化执法机制、全链条执法机制和多元化沟通衔接机制。首先,运用信息化、智能化手段为执法办案赋能,建立线上线下一体化执法机制。通过充分发挥智慧监管在线索摸排、情报分析、调查取证等方面的作用,依托电商平台大数据资源、快递物流等信息,以线上信息挖掘溯源线下信息,从而深挖生产源头和销售网络。其次,树立全链条办案理念,建

立上下联动、区域协作的全链条执法机制。通过破除知识产权执法的区域限制,加强跨区域协作、跨部门协同和上下级联动,推动区域内、单环节执法向跨区域、全链条执法转变。最后,建立多元化沟通衔接机制。加强执法部门与权利人和电商平台的沟通合作,督促电商平台建立完善的知识产权保护体系。

加强知识产权保护是推动高质量发展的内在要求,保护知识产权就是保护创新。相信通过全方位提升知识产权行政保护效能,加强知识产权法治保障,必将为知识产权强国建设提供有力支撑。(许春明)

墨西哥专利制度介绍

■ 柳冀

墨西哥是拉丁美洲最大的经济体之一,其丰富的资源、庞大的市场以及其逐步完善的法律体系,使得墨西哥成为全球企业拓展业务的重要目的地。特别是在知识产权保护领域,墨西哥的改革步伐丝毫不减。2020年11月5日,《联邦工业产权保护法》正式实施,这一全新的法律代替了1991年的《发展和工业产权法》,更好地适应了现代化的知识产权保护需要。

如何在墨西哥有效地维护企业的专利权,实现技术创新的保护,仍然是许多中国企业在“走出去”过程中所面临的重大问题。本文将尝试探讨墨西哥的专利制度,包括专利申请流程、专利权的无效程序、专利侵权的法律责任以及专利权的维权途径等,以期为中国企业在墨西哥保护其创新技术提供参考。

墨西哥的知识产权法律体系中,包含了诸多受法律保护的对象。这些对象涵盖了从发明专利、实用新型、外观设计,到商业秘密、商标、著作权,以及广告和商业名称、原产地名称和地理标志,乃至集成电路布图设计等。此外,墨西哥有两部主要的知识产权保护法律,《联邦工业产权保护法》和《著作权法》。

墨西哥的知识产权主管部门主要由墨西哥工业产权局和墨西哥国家版权局组成。专利的核心目的是

保护和推动创新,为发明人提供一个时间限定的独家使用权,这是通过发明专利、实用新型专利和外观设计专利来实现的。

发明专利在法律上被定义为能将自然界中存在的物质或能量转化为满足人类需要的实际应用。墨西哥的《联邦工业产权保护法》清楚地指出了哪些创新不能被视为专利发明。只有新颖、创造性和适于工业应用的发明,才可以被授予专利权,保护期限为申请日起的20年,自申请日起算,不可续期。

依照《联邦工业产权保护法》的规定,实用新型指的是那些通过改进安排、配置、结构或形式,以在组成元素方面产生新功能,或在使用上显示优越性的产品或工具。这些实用新型能够进行注册登记,只要其满足新颖性和可工业应用性的要求。自提交注册申请日起,实用新型的保护期限为15年,不可续期。

根据《联邦工业产权保护法》的规定,外观设计被定义为一种新颖且可被工业应用的设计。这里的“新颖”指的是该设计具有独创性,与已有设计或已知设计特征的组合有着显著的差别。外观设计包含设计图纸,这些图纸展示了为装饰目的而与工业或手工艺品相结合的图形、线条或颜色的组合,赋予它们独特的外观,或者是工业模型,它们由三维形式组成,作为制造工业或手

工制品的模板。

在墨西哥,被批准注册的外观设计需要满足新颖性和可工业应用性的标准。外观设计的有效注册期限自申请日起算5年,并可每5年进行一次续展,总共不超过25年,续展需要支付相关费用。

墨西哥《联邦工业产权保护法》设立了知识产权无效、终止、撤销以及侵权补救程序。这些行政程序可以由墨西哥工业产权局主动启动,也可以根据申请来进行。

对于任何不满意的行政决定,都可以向联邦法院提起诉讼。

墨西哥专利权的维护可以通过司法途径和行政途径来进行,包括民事诉讼、行政纠纷等。作为联邦制国家,墨西哥设有联邦和州两套法院系统,遵循成文法。所有与知识产权相关的诉讼都将在联邦法院审理。联邦法院系统分为三级:最高法院,巡回法院,以及初审法院,包括地区法院和陪审团法院。墨西哥有32个巡回法院和超过1000个地区法院。

联邦法院对《联邦工业产权保护法》实施产生的民事、商业和刑事纠纷,以及由于《联邦工业产权保护法》的应用而产生的物品的收缴和其他预防措施,都有管辖权。如果争议仅影响私人权利,不涉及第三方权益,根据原告的选择,地区法院将进行审理。如果侵权行为损害了

第三方的权益,可以通过联邦初审法院审理并寻求赔偿。

在行政途径方面,如果遇到专利侵权的情况,权利人可以向墨西哥工业产权局提出申请,请求墨西哥工业产权局对涉嫌侵权的行为进行调查并作出裁决。这种方式相对来说程序较简单,成本较低,也是专利权人常选用的一种维权方式。

根据《联邦工业产权保护法》,从2021年11月5日开始,墨西哥允许在墨西哥工业产权局的行政程序中直接给予专利侵权赔偿。此前,如果专利所有人希望因专利侵权行为获得损害赔偿,必须首先向墨西哥工业产权局提出行政侵权行为。只有在墨西哥工业产权局对其有利的情况下,他们才能在法院中提起诉讼以获得赔偿。然而,这个过程



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

广告