

纽瑞优商标维权一波三折终胜诉 平行进口引发关注

■ 本报记者 张伟伦

在“3·15”国际消费者权益日当天,福建省福清市掀起了一场震撼人心的法治风暴。随着装载侵权产品的卡车抵达以及垃圾处理设备启动时发出的轰鸣声,6138 罐带有“JAT”标识的侵权乳粉在来自福建省福清市人民法院、榕城海关驻福清办事处和福清市市场监督管理局等多部门代表的监督下被销毁。此次名为“3·15”的侵犯知识产权商品集中销毁行动,由上述三个部门联合执行,彰显了司法机关严厉打击知识产权侵权行为、保护消费者权益的决心。

此次集中销毁侵权商品,源于福州市中级人民法院 2024 年 10 月二审宣判的一起侵害商标权纠纷案。该案被诉侵权方为一家位于福清的公司,其申报进口的乳粉产品被认定侵害原告奥提瓦公司“Neurio 纽瑞优”系列注册商标专用权,因此被判令停止进口、销售侵权产品及其他帮助侵权行为,销毁被查扣的侵权产品。

记者注意到,这起案件在初期的侵权认定过程中情况较为复杂。一审法院最初认为,因广州奥提瓦公司与澳大利亚 姆妮娅公司(Sunnyy Pty Ltd,又译姆妮娅公司)在某一时期内存在合作关系,案涉

国内商标与姆妮娅公司形成稳定的对应关系,被告福清某商贸有限公司申报进口与奥提瓦公司之前进口、销售的同样来源于姆妮娅公司纽瑞优(Neurio)乳铁蛋白调制乳粉,在报关单上使用“Neurio 纽瑞优”标识的行为,不会割裂案涉商标与商品来源的联系,不会导致相关公众混淆误认,未认定构成商标侵权。

随后,经奥提瓦公司上诉至福州中院后,最终实现二审改判。福州中院认为,福清某商贸有限公司未经商标权人奥提瓦公司许可申报进口涉案产品的行为,均属侵犯奥提瓦公司案涉四件注册商标的商标权的行为,据此撤销一审原判,判决福清某商贸有限公司立即停止涉案商标侵权行为,包括停止进口、销售侵权产品,以及协助他人报关、仓储、运输或提供其他便利条件等帮助侵权行为,并销毁所有被查扣的侵权产品,同时判决福清某商贸有限公司赔偿奥提瓦公司经济损失及合理费用。

二审法院在判决中指出,商标权具有地域属性,商标仅在其注册的地域范围内具有效力。因此,判断某一产品是否为侵权产品,应当以该产品上所使用的标识是否经过了国内注册商标权利人的许可,相关标识和商品是否与国内注册商标

权利人的标识、核定使用的商品构成相同或类似为判断标准,而并非以销售的商品来源是否一致作为判断标准。奥提瓦公司系中国境内第 25792637 号、第 25797592 号、第 61116472 号、第 61114540 号注册商标专用权人,上述商标应当指向的是奥提瓦公司。福清某商贸有限公司申报进口侵犯奥提瓦公司案涉注册商标专用权的行为,应当依法承担侵权责任。

广州奥提瓦公司知识产权负责人宋珊介绍,奥提瓦公司早在 2011 年正式启动自主品牌战略,于同年即开始在中国申请注册“Neurio 纽瑞优”系列商标并投入商业使用。近年来,随着“Neurio 纽瑞优”品牌国内知名度不断提升,市场上出现了多起侵权行为,严重损害了公司的合法权益及消费者的利益。为维护品牌声誉及消费者权益,奥提瓦公司积极通过法律途径对侵权行为进行打击。除在福州中院上诉最终胜诉外,奥提瓦公司还在浙江、四川、重庆等地的多起商标维权诉讼中取得胜诉。

这些维权案件涉及的法律问题主要包括商标权人的权利基础的合法性、是否构成平行进口、在先使用权抗辩以及被诉侵权方的

主观过错等。法院在审理过程中,综合考虑了商标的地域属性、侵权行为的性质以及被诉侵权方的注意义务等因素。

在商标侵权认定方面,法院认为商标具有地域属性,商标仅在其注册的地域范围内具有效力,并依据《商标法》第五十七条的规定,认定上述案件中案涉侵权产品在报关单及产品包装上使用了与奥提瓦公司注册商标相同或近似的标识,且未经奥提瓦公司许可,属于未经商标注册人许可进口的侵权商品,被诉侵权方应当依法承担侵权责任。

在奥提瓦公司与福清某商贸有限公司的案件中,二审法院认为,由于奥提瓦公司与姆妮娅公司此前曾存在长期合作和代理关系(已于 2022 年终止),因此无法认定奥提瓦公司具有利用在先使用商标商誉的恶意,奥提瓦公司主张商标侵权的权利基础合法。而且福清某商贸公司在明知姆妮娅公司已与奥提瓦公司不存在合作关系的情况下,仍然实施进口行为,主观上具有恶意,其行为不应认定为是平行进口行为。

事实上,长期以来,平行进口问题在知识产权领域一直备受关注。判断平行进口是否构成商标侵权应

当基于商标法的立法宗旨,核心在于评估该行为是否破坏了商标的基本功能。具体而言,应综合考虑平行进口行为是否损害了商标的标示来源功能、品质保证功能及其所承载的商誉,在平衡各方利益的基础上作出合理判断。如果平行进口的商品来源明确且合法,商标标识完整无缺,包装及产品质量未被更改或变造,则通常不视为商标侵权。反之,平行进口商对商品进行了重新包装或重贴标识,并因此影响了商品的质量;或者这些行为损害了商标及其所有人的声誉;亦或是导致商标提供的信息被遗漏或歪曲,误导消费者等情形,平行进口行为被认为破坏了商标的功能,侵犯了商标权,从而构成商标侵权。因此,对于平行进口行为是否构成侵权的判断,需严格依据《商标法》的相关规定,结合实际情况进行细致分析与考量。

北京大学法学院教授杨明表示,构成商标平行进口的条件众多,但最关键的两个条件是商品必须是真品,且必须来自同一商标权人。在上述案件中,澳大利亚和新西兰的商标权归属于另一家公司,而原告是中国境内的商标权人,因此案件并不满足平行进口的条件。

此外,相关法院在判定侵权责任时,还考虑了被诉侵权方的主观过错程度。例如有法院指出,作为专业的跨境电商服务企业或境内服务商,被诉侵权方在进口和销售商品时,负有对知识产权状况进行合理审查的义务;若被诉侵权方未能尽到该义务,或明知可能存在侵权风险仍进行相关行为,则应承担侵权责任。

中国社会科学院大学教授李明德强调,企业的研发投资,涵盖广告宣传及市场营销活动等,最终均凝结于商标之上,因此商标实为企业至关重要的无形资产。

“此类无形资产理应得到法律的严格保护,以避免被他人仿冒。侵犯注册商标的专用权,包括盗用他人商标所累积的商业信誉及消费者的正面评价,是必须被禁止的行为。在奥提瓦公司提起的一系列诉讼中,尽管部分案件经历了一些波折,但最终人民法院均支持了奥提瓦公司的主张,认定被诉侵权方侵害了奥提瓦公司的利益,应当予以制止,并承担相应的损害赔偿。而且相关监管机构选择在‘3·15 国际消费者权益日’销毁侵权商品的行动,无疑向社会传递了一个明确的信息——国家将严厉打击对商标权等知识产权的侵权行为。”李明德说。

《国家创新指数报告 2024》发布

■ 赵永新

国家创新指数是反映国家综合创新能力的重要指标。3 月 31 日,中国科学技术发展战略研究院在中关村论坛发布的《国家创新指数报告 2024》显示,中国创新能力综合排名第十位,创新资源投入持续增加,知识产出表现突出,企业创新能力不断提升,创新环境逐步改善。

《国家创新指数报告 2024》显示,2024 年,中国国家创新指数综合排名第十位,相比 2012 年的第二十位提升了 10 个位次,是 10 年来进步最快的国家,也是唯一进入世界前十行列的中等收入国家。

中国科学技术发展战略研究院党委书记刘冬梅表示,《国家创新指数报告 2024》从创新资源、知识创造、企业创新、创新绩效和创新环境五个维度构建了评价指标体系,中国在各个维度均有不俗表现。

“创新资源”排名第五位。2022 年,中国研发经费投入约占全球的 20.1%,稳居世界第二位;研发经费与国内生产总值之比达到 2.49%(2024 年提升至 2.68%),排名第十

四位;基础研究经费占全社会研发经费支出比重为 6.57%(2024 年提升至 6.91%),排名第三十四位。

“知识创造”排名第七位。中国高被引论文数占世界份额提升,排名保持世界第一位;中国有效发明专利数量达到 335.1 万件,位居世界首位;每万就业人员发明专利拥有量排名第八位。

“企业创新”排名第九位。中国三方专利数量占全球总量的比重提高至 10.4%,排名世界第三位;企业研发经费与工业增加值之比、企业研究人员占全社会研究人员比重分别排名第十八位和第十六位;知识产权使用费收入占服务业出口贸易比重排名第二十位。

此外,“创新绩效”和“创新环境”分别排名第二十二位、第二十位。

刘冬梅表示,面向科技强国建设目标,中国需要进一步加大创新资源投入力度,强化国家战略科技力量体系化布局,提升基础研究和原创能力,促进科技创新和产业创新深度融合,提升国家创新体系整体效能,更加有力地支撑和引领国家高质量发展。(来源:人民日报)



新业态呼唤新监管

■ 管晶晶

高速路上开车睡觉,还打起了呼噜?这听着像笑话,可它真切切地发生了。近日,一些驾驶员在智能驾驶模式下呼呼大睡的视频在网络上传播,激起广泛讨论。

智驾技术快速发展,把交通方式带入全新阶段,也带来一些前所未有的新问题。现行道路交通安全法以驾驶员为责任主体,未明确智驾模式下的事故责任归属。发生事故后,驾驶员、车企、智能系统供应商谁应负责?

同样的问题也存在于其他新业态。比如,人工智能如果被“投喂”不当语料,导致虚假内容和错误言论,开发者、使用者和平台应当如何定责?具身智能机器人进入医疗、生产场景,一旦作出错误决策对人造成伤害,责任如何认定?低空经济发展迎来热潮,但低空飞行器的安全标准和技术规范尚未建立,飞手的培训和资质认证体系也不完善,如何规避可能带来的安全风险?

科学技术日新月异,随之而来的是新业态的蓬勃发展。面对新业态发展迅猛、跨界融合等特点,不少领域的政策法规和监管措施有的已经落后,有的还是空白,亟待更新完善。这就像早年网络购物、网络直播、网络剧、微电影兴起后一样,只有监管迅速“补位”,行业才能走上健康发展的轨道。毫无疑问,在这方面,政府部门的责任首当其冲。新业态刚一出

现,有关部门就应保持跟踪关注,按照“鼓励创新、包容审慎”原则,研究提出规范管理的办法。该“打补丁”的要及时补上,该出新规的要及时出台。特别是对那些事关公众利益、公共安全、意识形态安全和社会伦理道德的新业态,更要高度关注、积极介入,及时拿出有效的管理措施。

对新业态实行有效监管,有的可以借鉴国外的成熟做法,有的则可采取“试点先行”的办法。对新生事物的监管,往往没有现成的经验可循,我们可以“边发展边规范”,但绝不能有“等发展起来再规范”的思想。

令人欣慰的是,对新业态的监管受到了各方重视。前不久,民用航空法修订草案提请十四届全国人大常委会审议,明确划分空域应当兼顾低空经济发展需要,全国人大财经委也建议加快出台空域管理条例。2024 年 7 月,北京市海淀区颁发了北京市首张具身智能机器人食品经营许可证。2024 年 1 月施行的《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》,则对无人驾驶航空器的设计生产、运行使用等作出了规定。

新业态呼唤新监管,新监管也将助力新业态更好发展。我们期待,更多的新经济新业态能够在发展中规范、在规范中发展,持续为经济社会发展高质量发展注入强大动能。

(来源:科技日报)

新规范化解中小企业“要账难”

■ 李芃达

修订后的《保障中小企业款项支付条例》(以下简称《条例》)近日发布,将于 6 月 1 日起施行。“此次修订《条例》是维护中小企业合法权益、进一步优化营商环境的重要制度升级。”中国中小企业协会专职副会长朱玉认为,这将提升中小企业账款回款效率,缓解部分企业现金流困难。同时,通过“刚性约束+市场重构+维权赋能”的组合拳,规范账款支付行为,将中小企业账款问题从单纯的“要账难”治理升级为市场化信用机制建设。

据介绍,现行《条例》自 2020 年 9 月 1 日实施以来,对依法保障中小企业款项支付、切实维护中小企业合法权益发挥了重要作用。但近年来,受国内外复杂形势影响,中小企业应收账款规模增长、账期拉长,“连环欠”现象较为突出。

“我们调研发现,14%的企业反映应收账款拖欠、回款慢是企业面临的主要困难。”朱玉表示,现行《条例》在实施过程中存在不少问题。为此,新修订的《条例》提出相

应解决措施。首先,针对主体界定模糊导致的规避行为,明确适用范围,将“控股或实际控制关系企业”纳入规制,防止通过关联交易转移债务。其次,推行“快速调解+强制仲裁”机制,在省、市两级设立中小企业账款纠纷调解中心,负责受理、协调中小企业被拖欠账款的投诉案件。

工业和信息化部中小企业局相关负责人介绍,投诉处理机制是保障中小企业款项支付的一项重要举措,《条例》主要从三个方面作了修改完善:一是明确国务院负责中小企业促进工作综合管理的部门建立国家统一的拖欠中小企业款项投诉平台。二是明确相关时限,受理投诉部门应当自正式受理之日起 10 个工作日内,按程序将投诉转交处理投诉部门;处理投诉部门应当在 30 日内将处理结果书面反馈给投诉人,情况复杂或者有其他特殊原因的,处理期限最长不得超过 90 日。三是明确受理投诉部门、处理投诉部门、投诉人、被

诉人等各主体的权利义务。值得注意的是,为切实保障政策落地见效,《条例》设“法律责任”专章,明确国有大型企业拖欠中小企业款项造成不良后果或者影响的,对负有责任的国有企业管理人员依法给予处分。同时,要求有关行业协会、商会加强行业自律管理,为中小企业提供信息咨询、权益保护、纠纷处理等方面的服务。

“我们将通过专题培训、分发政策手册等形式,为中小企业精准解读《条例》等法规要点,帮助企业理解维权路径,提高中小企业政策知晓率。”朱玉表示,协会将与最高人民法院建立中小企业领域矛盾纠纷在线诉调对接机制,协助中小企业

如何避免新浪潮下的消费陷阱

■ 张守坤

记者近日调查发现,每当有新技术、新应用问世,总会兴起一波卖课热潮,一些不法商家借着 AI 新浪潮布下消费陷阱。

例如有不法分子打着“提供 AI 视频教学”的幌子,以交纳学费的形式诱导被害人转账,从而实施诈骗。去年 12 月 5 日,江苏南通的王某高报警称,其通过某短视频平台交钱报名 AI 视频培训课,之后觉得太难不想学了,却被主播助理以退学费和验证银行卡是否能使用为由,引导转账 1904 元。同年 12 月 8 日,江苏昆山的陈某花也遭遇类似骗局,其在短视频平台上看到有 AI 技术教学视频,添加对方聊天账号后,按照对方的提示进行操作转账了 2888 元,后未收到教学视频。

有培训机构打出“ChatGPT 培训,结业即享高薪,月薪 3 万+”的诱人广告。待学员交纳了高昂的培训费用,如 2880 元的“ChatGPT 高级应用培训课”后,却发现课程内容只是简单介绍了 ChatGPT 的基本功能和一些通用的提示词用法,与宣传中所说的能让学员掌握高级技能、达到企业用人标准相去甚远。所谓的“就业推荐”也只是提供一些普通的招聘网站链接,没有任何针对性的内推或合作企业资源,学员最终无法实现高薪就业。找培训机构理论时,对方以各种理由推诿,拒绝退款。

在一些电商平台,有商家出售所谓的“元宇宙培训资料包”,价格从几百元到上千元不等。商家宣传这些资料包含了元宇宙的核

心技术文档、行业研究报告、实战案例等珍贵内容。但学员购买后发现,资料大多是从网上随意搜集拼凑而来,很多内容已经过时,或者是一些公开的基础知识,没有任何独特性和价值。而且资料的整理和排版也非常混乱,给学员的学习造成了很大困扰,完全不值所付的高价。

在北京瀛和(广州)律师事务所律师郑迪昕看来,这暴露出行业自律不足,知识付费行业缺乏统一的自律标准和规范,导致一些机构和个人为了追求短期利益,忽视课程质量和消费者权益。新技术和新应用的快速发展使得监管措施往往滞后于市场变化,导致一些不法分子有机可乘。新技术和新应用的兴起激发了消费者的学习需求,但市场上高质量课程供给不足,导致低质量课程充斥其中。

华东政法大学经济学院副院长任超认为, AI 培训市场的乱象,实际上是技术红利期市场失序的一个缩影。它不仅严重损害了消费者的合法权益,还阻碍了新技术的正常普及进程。

AI 培训的种种乱象,该如何加以规范、治理?

任超介绍,尽管我国当前法律法规体系中尚未专门针对 AI 设立条文,但反不正当竞争法、消费者权益保护法、广告法及民法典等现行法律已对虚假宣传、格式条款及消费者公平交易权等方面进行了规范。在实际操作中,针对市场上频现的如“AI 变现”“零门槛月入过万”等夸大宣传语,司法解释应

明确其适用条件,并要求宣传方提供可核实的依据,否则可直接视为虚假宣传。市场监管部门在执行任务时,应将这些情况作为重点监管对象,并发布典型案例作为执法参考,以确保市场秩序的公正与规范。

他建议,可以由权威机构或行业协会主导设立课程质量认证体系,这一体系应与技术机构紧密合作,共同制定详尽的 AI 课程分类标准,比如基础操作类与行业应用类等,并要求每门课程清晰标注其适用人群、知识深度及数据来源。通过这样的认证流程,可以对课程内容的科学性、实用性和创新性进行全面评估,为消费者提供一个明确的选择高质量课程的参考基准。从事 AI 培训的市场主体需持有营业执照,若涉及颁发结业证书或学历教育,则需取得《办学许可证》。授课人员若宣称“AI 专家”或“行业导师”,需提供相关职业资质或学术背景证明。

“通过分类分级管理,区分‘知识分享’与‘教育培训’两类课程。”任超解释说,知识分享类课程,如 9.9 元的短视频课程或 AI 工具操作指南,仅需完成市场主体登记,无需申请《办学许可证》,按一般商品进行管理。而技能培训类课程,如“AI 电商运营实战课”或“AI 编程就业班”,若课程承诺“包学会”“包就业”或颁发证书,则需备案教学计划并取得《办学许可证》,以防止投机行为。

任超还提到,平台与监管部门应强化协同责任,共同打击 AI 培训市场中的虚假宣传行为。平台

方面,需建立完善的监测机制,利用技术手段实时监测商家的宣传内容,及时发现并预警可能存在的虚假宣传行为。对于疑似虚假宣传信息,平台应迅速采取措施,如要求商家整改、下架相关课程,并向监管部门报告。同时,平台还可以建立“课程内容预审+动态抽检”机制,特别对标题含有“AI 赚钱”“速成”等关键词的课程增设风险提示,并要求商家公示教师资质与课程大纲,以增强课程透明度。此外,还可以加强 AI 培训行业的自律并探索行业自律与社会共治的模式。行业协会或相关组织发挥引领作用,制定行业规范和自律准则,引导商家自觉遵守法律法规和行业规范,从而提高行业整体的诚信度和服务质量。推动高校、技术企业等开放公益性 AI 教育资源,挤压低质课程的生存空间,促进 AI 培训行业的优胜劣汰。

郑迪昕建议,可以为课程设置“冷静期”:借鉴电商领域的“七天无理由退货”制度,为消费者设置课程购买的“冷静期”,在“冷静期”内可无条件退费。简化退费流程:要求培训机构提供便捷的退费渠道,减少消费者维权成本。

“知识付费行业的不规范现象是行业发展初期的阶段性问题,需要通过完善法律法规,加强监管、推动行业自律、提高消费者意识等多方面的努力来解决。只有规范市场秩序,保护消费者权益,才能推动知识付费行业健康、可持续发展,真正实现知识的价值传递。”郑迪昕说。(来源:法治日报)