



服务平台

北京将淘汰18万台老旧车辆
餐饮油烟等排污拟收费

根据日前北京市环保局发布的北京市2013年清洁空气行动计划(含补充措施)任务分解表等相关文件,北京将出台69项措施治理大气污染。

据悉,2013年,北京市空气质量改善的目标是大气主要污染物年均浓度平均下降2%。全市二氧化硫、氮氧化物、化学需氧量、氨氮排放量同比各削减2%。

今年,北京市计划淘汰高排放老旧机动车约18万辆,并将贯彻落实商务部等部委下发的《机动车强制报废标准规定》,研究制定本市出租车提前报废的措施;加强路检路查、入户抽查、夜间检查;加强无牌照摩托车、夜间大型货运车、外地进京车辆的管理,机动车执法检查量不低于400万辆次。

此外,今年,北京市将研究增加工地扬尘、餐饮油烟、挥发性有机物等排污收费项目,对现有收费项目提高排污费征收标准,促进污染减排;进一步理顺煤、油、电等资源价格,利用差别化、阶梯式价格政策,促进资源节约和全面减排,提高全社会主动参与污染减排的积极性和主动性。

安徽构建跨江特大城市群
“合芜宁成长三角”格局初现

近日,安徽省住建厅发布《芜马城市群城镇体系规划(2012-2030)年》(以下简称《规划》)。《规划》要求,芜马两市整合各项资源要素,提高芜马城市群的整体竞争力,打造成为“合芜宁成长三角”的重要一极。

《规划》强调,要全面提升区域中心城市对全省城镇化的支撑作用,提升芜湖、马鞍山的区域中心城市职能,增强其对安徽省域尤其是皖北地区农村富余劳动力的吸纳能力,使芜马城市群成为新时期安徽推进省域城镇化的重要支撑。同时,要积极培育江北区域中心城市,依托沿江资源优势,推进区域合作发展,在芜马城市群江北区培育区域级中心,推进产城融合的发展模式,促进江北区工业化与城镇化的协同发展。

此外,《规划》还特别提及要强化县城基本服务职能,提高各县基本服务供给水平和城镇建设水平,强化县城对县域人口、产业的服务能力,促进县域经济发展。同时,鼓励小城镇依托自身资源禀赋和产业基础,走特色化发展道路,提高小城镇对外来旅游人口、产业人口和服务人口的吸引力。

(本报综合报道)

知识小看板

专利行政复议指的是什么?

专利行政复议是指国家知识产权局及其工作人员在行使职权时,与专利申请人、专利权人及其他利害关系人对国家知识产权局作出的具体行政行为产生争议,根据专利申请人、专利权人及其他利害关系人的请求,由国家知识产权局对引起争议的具体行政行为进行复查并作出裁决的行为。

专利申请人、专利权人及其他利害关系人主观上认为侵犯了自己的合法权益,就可以申请行政复议。但是,他们须在得知或应当得知国家知识产权局作出具体行政行为之日起15日内向国家知识产权局提出行政复议申请。行政复议只能因专利申请人、专利权人及其他利害关系人的申请而启动,不能由国家知识产权局自行启动。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.车辆转向连接机构(ZL201220236971.2)
- 2.一种非智能四腿行走机器(ZL201220526824.9)
- 3.离合器钢片总成筒模压工艺(ZL200910177572.6)
- 4.新型保健能量椅(ZL201220290426.1)
- 5.微风力发电机组(ZL200920170305.1)
- 6.一种基于电热水壶的多功能一体机(ZL201220165026.8)
- 7.两种解扣功能自动调节松紧度的腰带扣件(201110253604.3)

多乐士被曝专卖店售假漆

法官:商标权利人可起诉制假者或售假者



■ 本报记者 张莉

日前,人民网爆料称,暗访记者在进行调查后发现,部分武汉多乐士专卖店存在售卖假漆的行为。有网友表示:“为了孩子,以后装修也要海外代购油漆了。”

据披露,部分武汉多乐士专卖店“真假”多乐士混杂,正常情况下售价380元的多乐士油漆185元就可购买。专卖店老板坦言,一桶正牌多乐士漆的利润在5元至10元之间,很难赚钱,所以,很多专卖店存在私下售假的行为。据了解,在装修市场,尤其是装修包工包料时,70%的装修用漆是假货,比真货销售量还大。有的专卖店老板甚至表示,检测报告和多乐士专卖店的相应授权资质认证都能准备。

据业内人士透露,外围低级代理商的利润很少,这也导致多乐士假货满天飞,经销商都是靠串货出量。目前,多乐士在中国拥有超过4000家门店,对一些靠造假起步的经销商,一般不会采取严厉措施,而是通过“扶正”的方法,控制其不再制假售假,这也从某种程度上加剧了市面上多乐士涂料制假售假现象的蔓延。

4月8日晚9时许,多乐士母公司阿克苏诺贝尔就部分武汉专卖店售假事件给消费者带来的困扰向公众道歉,并在声明中称,阿克苏诺贝尔已高度重视此事,欢迎社会各界对公司进行监督。公司内部有品牌保护部门专门处理此类问题,由他们牵头与公安、质监部门协同查处。

售假行为多发于小商品市场

作为商标侵权纠纷中最常见的一类案件,销售假冒注册商标商品,不仅直接侵害了商标注册人和消费者的权益,也间接损害了市场竞争者的公平竞争利益,对正常市场经济秩序造成了破坏性干扰。

《中国贸易报》记者从北京市第二中级人民法院了解到,销售假冒商标商品案件近年来呈大幅攀升态势,商标侵权案件中九成均为售假案件。据统计,去年,北京二中院判决结案的107件商标侵权案件中,99件为售假案件。

北京二中院法官调研后发现,售假者多为销售链条终端的零售个体工商户,有的并不知悉销售假冒商品会侵害他人商标权,有的认为原告应去起诉制假者或批发商,有的认为自己销量有限,且已受到了相应处罚,不应再承担民事赔偿责任。这类心态导致售假被告抵触情绪较大,接到法院传票后,他们往往匆匆与市场解除租赁关系,不辞而别,这也给法院送达和案件审理造成了不便。

据法官介绍,随着超市、大商场对商标审查力度的不断加大,假货的制造商或批发商一般不敢将假货引入超市及各大商场销售,而是将目光瞄准了小商品市场,利用小商品市场经营者对假货监管缺位、对所购商品审查不严、相应进货凭证留存不齐等不规范经营习惯,将假货通过商户引入小商品市场大肆销售。

被假冒的注册商标一般为相关行业的知名品牌,不仅包括LV、香奈儿、普拉达等国际知名品牌,也包括不少国内本土知名品牌。

各方应协力抵制售假行为

针对如何打击假冒伪劣商品,北京二中院的法官提出几点建议:

首先,商标注册人应以净化市场为打假目的。商业维权调动了商标注册人及其委托代理人的维权积极性,但获得经济赔偿应只是维权的手段而非目的。若打假者只为经济获益打假,会失去彻底净化市场的主观动力,假冒伪劣商品多发的状况很难得到根本改变。

其次,销售者应自觉抵制售假。售假行为是恶劣的商标侵权行为,销售者应正确认识售假的危害,不要为了蝇头小利触犯法律。商标权利人或消费者可以选择侵权商品的制造商或销售者进行起诉,是法律赋予的权利,而且原告在行政处罚后要求民事赔偿不违反“责任竞合”原则。按照法律规定,销售者若能说明侵权商品的合法来源,可以免除其赔偿责任,所以,销售者应规范经营,严格审查进货来源,留存进货凭证,以维护自身合法权益。

再次,强化小商品市场经营者的管理意识,消灭假货的生存空间。小商品市场经营者对商户进行管理,禁止市场内售假是其法定义务,如果故意提供便利条件,应承担商标侵权的连带责任。

最后,消费者应提高商标意识,购买正品,抵制假货。消费者应努力增强商标识别能力,培养正确的消费观念,做到不故意买假刺激假货市场。此外,如不慎买到假货,消费者应及时向有关单位,如假货的销售者、市场经营者、消费者协会、工商行政部门反映情况、投诉举报或者直接向法院起诉,维护自身权益。

法眼透视

乔丹体育反诉乔丹侵害名誉权 索赔800万美元

■ 本报记者 张莉

为恢复名誉,乔丹体育股份有限公司(以下简称乔丹体育)向福建省泉州市中级人民法院提起诉讼,起诉美国前篮球运动员迈克尔·乔丹,要求其停止侵害乔丹体育名誉权的行为,澄清事实,赔礼道歉,并赔偿经济损失800万美元。日前,泉州法院正式受理此案。

乔丹体育称起诉实属无奈

双方的较量始于去年2月,迈克尔·乔丹突然宣布已向中国法院提起诉讼,指控乔丹体育在未经授权的情况下擅自使用其姓名和形象,要求乔丹体育停止侵犯其姓名权的行为,并赔偿精神损失费5000万元。2012年3月5日,上海市第二中级人民法院受理此案,不过,至今尚未开庭。

乔丹体育称,迈克尔·乔丹在乔丹体育上市关键时刻高调起诉,致使乔丹体育IPO上市受阻,影响了公司的商业发展计划。这次起诉实属无奈,希望能以法律手段维护自身合法权益,澄清事实,恢复乔丹体育的合法名誉权。

乔丹的诉讼主体资格有争议

乔丹体育诉称,中国《民法通则》对姓名权的保护适用于在中国领域内的外国人和无国籍人。而迈克尔·乔

丹是美国公民,且从未在中国居住过,不是中国领域内的外国人,其援引《民法通则》的规定在中国境内主张姓名权于法不合,迈克尔·乔丹不具备诉讼主体资格。

对此,中国政法大学知识产权中心研究员赵占领在接受《中国贸易报》记者采访时表示,《民法通则》规定公民享有姓名权,但姓名权是有地域性的。通常来讲,姓名权只能适用于中国境内的公民即中国公民,以及在中国境内的外国人或无国籍人。正如乔丹体育诉称的那样,迈克尔·乔丹没有在中国境内居住,不符合上述情形,所以,他不能够依据《民法通则》来起诉。然而,单纯从司法实践来看,在很多情况下,法院承认外国人即使没有在中国境内居住,也同样享有姓名权,只是对是否构成姓名权侵权存在争议。另外,中外文化不尽相同。乔丹在国外可能只是一个普通的姓氏,但在中国,很多人尤其是体育爱好者却可能会把它和球星乔丹联系在一起,这也是一个需要考量的因素。

律师认为乔丹体育胜诉的可能性不大

乔丹体育认为,如果迈克尔·乔丹认为乔丹体育侵犯其姓名权,应该先与其接触,表达解决意愿或采取发律师函告知等谨慎措施,而后再提起诉讼。但迈克尔·乔丹在法院尚未受理前就通过媒体公开诉讼内容,并专门设立网站大肆宣扬,指责乔丹体育蓄意且

毫无顾忌地滥用其姓名和形象,这种做法使很多不明真相的民众对乔丹体育产生了误解,严重损害了其公司名誉。

对于乔丹体育反诉迈克尔·乔丹案的成功几率问题,赵占领认为,如果只是“针对乔丹本人的起诉”基本上不可能胜诉,如果是针对乔丹的其他言行,则要看乔丹体育所提供的证据是否充分。但无论最终结果如何,双方都可能面临双输的结局,尤其是乔丹体育。在目前的情况下,和解可能是更好的选择。

乔丹体育代理人、国浩律师事务所律师邱翔也表示,不排除和迈克尔·乔丹达成和解的可能。

赵占领建议,在前期打造品牌时,企业应更加谨慎,要意识到使用他人的姓名或知名产品名称注册商标只是短期行为。“短期内,企业可以借助他人的知名度扩大品牌影响力,降低成本,但从长远来看,没有独立的品牌会给企业带来诸多风险,甚至会使企业遭受巨大损失。乔丹体育上市进程受到影响就是一个典型的例子。甚至,企业还可能因为诉讼丧失已有的商标,并需要重新去打造品牌,这个转型要付出的代价是非常大的。”他指出。

案例点评

是谁让苹果低下了傲慢的头

■ 于国富

近日,苹果公司发布声明称,就其违反中国相关法律规定侵害中国消费者权益的行为,书面向广大中国消费者致歉。有媒体报道,苹果的股票因此出现了较大波动。

苹果是一家大型跨国公司,其法务力量绝对不容小觑。而中国的消费者权益保护法和三包规定等法律法规早已颁布并实施,因此,苹果的错误行为不可能是“无心之过”,而是“有意为之”。面对中国这样一个庞大的消费市场,苹果敢于有意违法,这不仅仅是对消费者权益的漠视,而且是对中国法律的漠视。

值得注意的是,虽然苹果已经实施该违法行为多年,但是并未受到“像样”的追究。直到央视和其他中国媒体发力,动用巨大的媒体资源进行近乎轰炸式的批评报道后,苹果才低下了他傲慢的头。因此,这场胜利可以说是中国媒体的胜利,而非中国法律的胜利。

本该由法律起作用的领域,却需要由媒体来代劳,这应该引起我们的注意。毕竟媒体资源是有限的,我们不可能依靠央视等众多媒体耗费同等资源来关注我们生活中可能遇到的其它违法问题。恢复法律应有的作用才是使消费者权益得以持续保护的最终解决方案。

要想恢复法律的规范作用,首先要弄清楚我们的法律出现了什么问题,但笔者认为,除此之外,我们每一个中国人也都需要自我检讨:

早在新中国成立初期,中国就已经确立了“有法可依、有法必依、执法必严、违法必究”的法制原则。这些

年来,通过不断完善立法,中国已经形成了一个较为完整的法律体系,做到了“有法可依”。然而,书写在纸上的法律法规是无法自行发挥作用的,它需要通过公众的自觉遵守和执法者的有效执法才能发挥作用。在“有法可依”之后,如果不能做到“有法必依、执法必严、违法必究”,那么法律就只是写在纸上的文字,无法真正对社会生活产生影响,无法真正保护我们的合法权益不受侵犯。

多年来,一些执法者片面理解“以经济建设为中心”的基本国策,为了发展GDP不惜放弃法律原则,为了保护某些支柱企业的利益不惜放任其破坏环境、损害消费者权益。殊不知,那些通过违反法律、破坏环境、侵犯消费者权益合法权益获得的GDP是有毒的,它不仅不能够增加国民的幸福感,反而会导致国民幸福感持续下降。

目前,苹果产品的销售网络已经遍布中国各大中城市,然而,负有相应监督检查义务和职权的政府部门却并未及时介入调查,纠正其违法行为,这无疑使苹果受到了极大的“鼓舞”。要知道,同样的违法行为如果发生在其老家美国,政府监管部门很可能会在第一时间就直接介入,并予以其严厉处罚。从这个意义上讲,是中国的监管部门惯坏了苹果!

不过,在批评政府部门监管处罚不力的同时,我们还要思考一个问题:被侵害到直接利益的消费者为什么没有及时维权呢?

在市场经济社会中,人们通常会考虑行为的成本收益,成本大于收益的事情很少有人去做。消费者在通过法律途径维护自身权利时,自然也要考虑上述因素。按

照目前的诉讼成本,消费者起诉苹果可能要支出律师费、案件受理费、调查取证等各种费用,再加上其为此支出的时间成本,花费可能会达到数千元。这些足以供消费者再买一台iPhone。而就算胜诉,消费者换来的不过也只是苹果承担起其本应承担的三包责任。面对这样的成本收益比率,消费者必然会觉得与苹果对簿公堂是件“赔本买卖”。

可同样的事情如果发生在美国,消费者可以参与到专业律师组织的集团诉讼中去,这将极大地降低其维权成本。甚至在某些案件中,律师还会为原告垫付所有费用,因为即使如此,他们仍可以在胜诉款中获得巨大分成。同时,由于遵循惩罚性赔偿制度,法院不仅会判令违法厂商履行其应尽义务,而且还会让他们承担较大的赔偿责任。在这种制度设计之下,消费者不仅不会支出高额维权费用,而且很有可能在维权过程中获利,从而也就具有了更大的维权积极性。而且厂商为了避免此类诉讼出现,往往也会非常注意遵守相关法律规定,尽力避免出现侵犯消费者合法权益的行为。

他山之石,可以攻玉。中国如能借鉴此类消费者维权模式,有效调动消费者的维权积极性,“苹果们”还能在中国傲慢地违法吗?

(作者系北京市盛峰律师事务所高级合伙人)

律师在线