



## 服务平台

## 贵州省著名商标认定将实行“零收费”

日前,贵州省著名商标认定实行“零收费”。贵州省工商局提醒:如遇收费或变相收费,可拨打电话12315举报。

据介绍,贵州省著名商标的认定坚持自愿申请和公开、公平、公正、诚信的原则。申请人可于每年4月1日至6月30日提出申请。著名商标认定所需费用,纳入省级财政部门预算,不向申请人收取或变相收取费用。

贵州省工商局有关负责人介绍,从2013年1月1日起,贵州省工商注册登记管理实行“零收费”。这也意味着,各类企业和个体工商户的工商注册、登记、增资、变更、年检等费用均被取消。目前,贵州省工商局除办理工商注册登记手续外,还为企业及相关组织出具企业信用证明、查询企业档案相关资料。同样,这两项业务,也不收取任何费用。

## 北京修法细化专利保护和促进条例

近日在北京市十四届人大常委会第五次会议上,北京市人大法制委员会副主任委员李小娟报告了关于《北京市专利保护和促进条例(修订草案)》的审议结果,从专利服务、专利预警、专利侵权处罚等方面介绍了修订草案的亮点和主要修改意见。

李小娟介绍,2005年10月1日《北京市专利保护和促进条例》施行以来,为北京市专利保护和促进工作提供了有力的法制保障,有效推动了北京市专利事业发展。但2008年专利法修订后,对条例提出了新的要求,修订草案结合北京市专利工作实际,对新专利法相关规定进行了细化。

修订草案对同一侵权人“再犯”的情形予以明确规定:专利侵权纠纷的行政处理决定或者法院判决生效后,同一侵权人再次侵犯同一专利权的,可以由专利管理部门责令改正,没收违法所得,并处2万元以上20万元以下的罚款。由此可以看出,修订草案对专利侵权行为采用了行为罚(限期改正)和财产罚(罚款)两种方式并行处置。

在法律责任部分,修订草案还针对专利中介服务机构和政府相关部门及其工作人员的违法行为予以规制,从事专业代理业务的专利中介服务机构,未备案的,由专利管理部门处1万元罚款;负有专利保护和促进责任的相关部门及其工作人员违反规定,不履行、违法履行或者不当履行保护和审查职责的,依法追究行政责任,构成犯罪的追究刑事责任。

(本报综合报道)

## 知识小看板

## 什么是小额诉讼?

小额诉讼是指基层人民法院和它派出的法庭审理的事实清楚、权利义务关系明确、争议不大,标的额为各省、自治区、直辖市上年度就业人员年平均工资30%以下,符合适用简易程序条件的简单民事案件。小额诉讼实行一审终审,程序比简易程序还简便,便于当事人快速行使诉权,合理配置司法资源,节约诉讼成本。对于生效的裁判文书,当事人、第三人或案外人可通过审判监督程序予以救济。

## 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.自动喂料槽(201320015587.4)

本料槽价格便宜,适用于各大、中、小型猪厂及农户。使用本料槽喂猪干净,不直接接触到地面的脏东西,猪吃了少生病,且方便清洁,方便放置,方便直接喂料,小污不占地方,料槽里面可以随时放置饲料。

## 2.路面砖铺设机(201320240578.5)

本发明按照规定基准路线进行,通过行进感应控制仪实现了路面铺设机行进精度,实现了铺设机构的左右摆动,也不会引起铺设机构太大的前后位移,保证了路面砖的铺设精度,提高了该设备的路面适应性,真正达到低耗能无污染,零排放,高效率的工作要求。

## “海娜”属通用名称 企业申请商标权被驳



■ 本报记者 张莉

在新疆,自古就有一种植物被人们用来染发、护发或美甲。在民间,人们称它为“海娜”、“海那”以及“海纳”等等。然而,这种植物竟会被卷入“商标侵权”的纠纷中。

新疆金海娜生物科技有限公司起诉淘宝网天猫商城的一家网店店主侵犯自己的商标专用权,起因是这家店主在其生产或销售的产品名称里使用了“海娜”两个字。

据悉,法院一审驳回了金海娜公司的诉讼请求。在判决书里,法院明确“海娜”是一种植物的通用名称。

## 原告认为擅用“海娜”属侵权

金海娜公司董事长张显文在庭审中称,李女士所经营的网店销售染发、护发和护发产品,这些产品的名称中含“海娜”二字,而且其网店页面大量突出使用“海娜”字样。李女士的行为足以使消费者误认为他们的产品和金海娜公司的产品有联系。

对于金海娜公司的说法,被告李女士认为,其公司于2010年成立后,并没有开实体店,只是在网店进行销售。而金海娜公司的产品只在线下销售,双方销售渠道不一样。

“我们销售的产品是粉,而金海娜公司的产品是膏,产品形式不一样。”李女士的代理人还表示,该公司的产品是从印度进口海娜粉原料,然后委托广州的公司加工成成品后再进行销售,产品成分本来就是海娜。

北京市伟博律师事务所主任律师李伟民接受《中国贸易报》记者采访时表示,销售渠道和产品形式的不同不能作为商标是否侵权的抗辩理由,判定商标是否侵权主要有两个标准:一个是两商标相同或近似;第二个是使用在相同或类似商品(服务)上。

北京冰释律师事务所合伙人边书坤也告诉记者,

产品形式并非认定类似商品、同类商品的标准。粉剂和膏剂,产品形式虽不同,但该两种产品的功能用处等基本一样,应属同类商品。

## “海娜”属于通用名称

被告在庭审中还主张,“海娜”只是一种植物的通用名称,并不是原告最先独有发明的,因此对金海娜公司而言并不构成商标侵权。

金海娜公司反驳称,“海娜”不是植物。国家商标局于2009年5月下发了《裁定书》,其中对海娜不是植物作出了明确界定,且在国家权威文献资料查阅均无“海娜”植物记载。

张显文说,自己早在2004年年初,就向国家工商总局商标局申请注册了“金海娜”、“银海娜”、“黑海娜”以及图文组合的“海娜”等商标。这些商标所核定使用的商品为染发剂、指甲油、祛斑霜、化妆品等。也就是说,在核定商品的范围内,他人无权再使用这些已经取得注册证的商标。

庭审法官支持了原告的主张,“海娜花作为化妆品的原料,在新疆被普遍使用,具有极强的地域特色,‘海娜’是新疆人民对这种植物约定俗成的简称。”法官表示,“虽然金海娜公司在庭审中提出,‘海娜’是否是植物应参考《中国植物志》认定,而该资料中并未显示‘海娜’是一种植物,据此不应认定‘海娜’是植物,更不是通用名称。但判断商品通用名称广泛性,应以特定产区及相关大多数公众的接受程度、通常认识为标准,而不应以是否在全国范围内广泛使用为标准。”

“国家工商总局商标局授予金海娜公司‘海娜’商标的专用权。然而在新疆‘海娜’妇孺皆知,具有新疆特有历史传统、风土人情,属于例外情形。”庭审法官表示,因此,法院认定,此案中“海娜”是一种植物的通用名称。

李伟民接受记者采访时表示,“海娜”属于一种植物的通用名称,这一点是没有争议的。我国的司法实践积累了丰富的经验,根据2005年12月中华人民共和国商标局和商标评审委员会制定的《商标审查及审理标准》的规定,商标法中的“通用名称是指国家标准、行业标准规定的或者约定俗成的商品的名称,包括全称、简称、缩写、俗称”。商品或者服务的通用名称在我国是可以作为商标使用的,可以把通用名称申请为注册商标,正因为是通用名称,所以商标的显著性较低,无法阻止他人的合理使用。

边书坤告诉记者,界定是否属于通用名称一般考虑以下因素:

首先,考虑该名称是否是《商标注册商品和服务国际分类》、我国有关部门制定的国家标准、行业标准、行业产品或商品目录、《国家药典》等里边规定的产品名称。

其次,要考虑相关公众对此名称的认知、使用情况,

是否为相关公众即相关消费者、生产者、销售者都需要使用的产品名称。

最后,还要考虑该名称使用的地域范围,是否足够广泛,是否是全国范围内、或某广大范围内被广泛使用作为某商品或服务约定俗成的名称。

此外,在认定是否通用名称时,征询相关行业协会或商会的意见也非常必要。

## 企业注册商标注意事项

尽管不具显著性的商标也可以使用甚至得到注册,但这种商标容易被别人用作商品通用名称,也容易被他人以合理使用为抗辩事由,然后合法使用在自己的商品上。

李伟民告诉记者,商标是把自己的产品和服务和他人的区分开来的标志,越具有“显著性”,越好的商标,通用名称的显著性不高,有时还无法阻止他人正常使用,因此,企业在设计自己商标时就应该做相应查询,尽量避免产品或者服务的通用名称。但是通用名称一旦申请为注册商标,享有相关权利,他人只能以“合理的理由”进行使用,如果超出一定的范围,则构成商标侵权或者不正当竞争。一旦通用名称被申请为注册商标,企业应该在显著位置突出使用自己的商标,不断增强商标的显著性,便于公众识别。

边书坤提醒企业,如果已经注册的商标中包含通用名称,企业在维权时要注意区分对方是否属于对通用名称的正当使用,对于突出使用通用名称的恶意竞争者,要坚决打击。同时要注意利用广告宣传和著名商标、驰名商标的认定机制,使包含通用名称的商标在使用中获得显著性,以巩固自己的商标专用权。

## 防止商标被淡化

通用名称界定可谓复杂,有地域性的问题,例如,有外国的通用名称,有国内通用名称,通用名称也有时间性的问题,还比如,原来不是通用名称,但是商标在使用中,很多商标被淡化为了通用名称。

李伟民认为,商标淡化是一个国际难题,目前还没有有效的法律予以调整。很多有名的商标,在使用过程中,慢慢被演化为商品或者服务的通用名称,例如,“尼龙”、“U盘”、“咖啡伴侣”等商标。

边书坤介绍说,企业为了防止商标被淡化,应该要注意以下方面:

首先,严格规范商标使用,特别是广告宣传的规范使用,避免自己或商标的被许可使用方把注册商标当成商品名称来使用的行为。

其次,关注市场侵权,积极打击市场侵权,及时进行维权,包括及时提起大量的诉讼、及时报工商、公安等执法部门查处侵权者和侵权商品等,禁止他人未经许可擅自使用自己的注册商标,避免注册商标成为商品通用名称的危险。

再次,避免被词典收录为词条或被地方志收录。

最后,充分利用“知名商品”的认定、“省著名商标”的认定、“驰名商标”的认定等机制,防止被淡化。

## 商标法修正案草案:侵权赔偿上限可能提至300万元

据中国之声《央广新闻》报道,日前,十二届全国人大常委会第四次会议分组审议商标法修正案草案,对商标审查时限和侵权赔偿上限分别作出调整。

十二届全国人大常委会第四次会议分组审议了商标法修正案草案,记者在第一组旁听了审议,到会的委员和列席人员就商标法的多个细节提出建议,比如在驰名商标的保护上,王胜俊委员建议,组织专家库对涉及驰名商标的争议进行处理认定。此外王胜俊还建议建立全国联网的驰名商标信用体系,对不合格的驰名商标进行定期的淘汰。

此前的草案二审稿规定,商标争议案件审查的基本时限按不同案件分别规定为6个月或9个月,特殊情况经过批准可以分别延长6个月或9个月。而在实际执行当中,大多数案件难以在基本时限内完成,全国人大法律委员会副主任委员谢经荣介绍,草案二审稿在审查总时限不变的情况下,调整了基本时限和延长时间的比例,也就是商标审查的基本时限由6个月或9个月调整为9个月或12个月,有特殊情况经批准可延长的时限相应的由6个月或9个月,调整为3个月或9个月。

此外,全国人大法律委员会建议进一步加大对商标

侵权行为的处罚力度,相比现行的商标法修正案草案规定的赔偿数额翻了五番。谢经荣表示,修正案草案二次审议稿将现行商标法规定的侵犯注册商标专用权的法定赔偿额的上限由50万元提高到200万元。法律委员会经研究,建议将法定赔偿额的上限由200万元提高到300万元,不设下限。

(沈静文)

## 法眼透视

## 跨国药企的专利之困

一定的保护期限的。按照中国专利法,发明专利的保护期为20年,自申请日开始计算。在药品专利的有效期内,除专利权人或者专利权人授权的企业可以生产、销售该药品外,其他企业和个人一律不得销售该药品。但是,一旦专利权到期,任何合法的制药企业都可以仿制该药品并将其投放市场。从“独此一家”到“遍地开花”,只凭一纸专利证书上所载的日期。

根据相关学者的研究,2010年至2015年是原研药专利到期的密集期。预计在2015年左右,国内仿制药规模可能会接近5000亿元。这虽然对仿制药企业是个利好,但对原研企业来说并不是什么好事。如果短期内没有新的原研药物投放市场,他们必然面临利润下滑的结局。由于很多跨国药企都是上市企业,“华尔街”给药企的压力巨大。

上述预测并非耸人听闻。2011年11月,辉瑞旗下降血脂药物立普妥的专利权到期,仿制药纷纷上市,使得第四季度中,立普妥销量下降了24%,达到20亿美元,其中在美国市场下滑幅度高达42%。

据全球主要的医药巨头2013年一季度报显示,赛诺菲、强生等10家医药巨头一季度增收不增利,总营收及总净利润分别达到1143亿美元、216亿美元,同比增长

0.79%,-14.96%。尤其是赛诺菲及葛兰素史克,尽管营收分别微跌5.3%、2.6%,但净利润均大幅下滑30%左右。

面对原研药物专利到期,利润必然快速下滑的窘境,已经习惯了漂亮的财务报表的海外总部将目光投向中国市场。由于中国是一个巨大的药品市场,此类跨国公司争相将中国作为其利润增长的支柱。在这个大背景下,跨国药企总部给中国分支机构的增收任务之艰巨性可想而知。为了完成这一“不可能完成的任务”,昔日的洋药厂咬牙放下了身段,不惜采用商业贿赂的方式去继续占领市场。从而一步步滑向犯罪的深渊……

科学技术是生产力,这一真理体现在药品产业上再精确不过了。事实证明,只有通过加大新药研发投入,不断开发出疗效更好、效率更高的新药才能够坐拥利润,靠歪门邪道不仅不能成功,反而会沦为阶下囚。跨国药企的教训,不仅是对医药行业敲响了警钟,也向所有产业证实了知识产权投入的重要性。

(作者系北京市盛峰律师事务所律师)

## 律师在线

## ■ 于国富

近日,公安部统一组织指挥湖南长沙、上海和河南郑州等地公安机关对葛兰素史克(中国)投资有限公司部分高管涉嫌严重经济犯罪依法立案侦查。根据公安机关公开的情况,这家大型跨国药企近年来在华经营期间,为达到打开药品销售渠道、提高药品售价等目的,利用旅行社等渠道,采取直接行贿或赞助项目等形式,向个别政府部门官员、少数医药行业协会和基金会、医院、医生等大肆行贿。该案涉及人员多,持续时间长,涉案数额巨大,犯罪情节恶劣。

无独有偶,法国制药巨头赛诺菲、比利时的优时比制药……一家家跨国医药巨头也遭到工商部门的调查,大多也与药品销售过程中的商业贿赂相关。

曾几何时,跨国药企是大家公认的“印钞机”——由于拥有大量药品专利,这些企业的产品在市场上是“皇帝的女儿不愁嫁”。在国内药企还在仿制药的市场竞争中浑浑噩噩无法自拔时,跨国药企凭借专利药品的销售日进斗金。是什么把这些跨国药企拉下神坛,使他们愿意和国内同行们一起玩“潜规则”的呢?

可谓“成也专利,败也专利”!我们知道,专利权是有