



贸易平台

中国贸促会专家委员会成立
助力企业“走出去”

记者从中国贸促会了解到,中国贸促会专家委员会近日在北京成立,将致力于“一带一路”建设、制造业“走出去”、贸易摩擦等相关问题的研究和政策建议。24名专家受聘成为委员会首批委员,国务院发展研究中心副主任隆国强、国家发展和改革委员会学术委员会秘书长张燕生分别担任委员会主任和副主任。

中国贸促会会长姜增伟表示,当前国内外经济形势发生了深刻变化,贸促会成立专家委员会就是要借助外脑来提供咨询服务。专家委员会要密切关注经济发展、特别是外贸领域的新情况新问题,进行前瞻性政策研究,提出专业化、建设性、切实管用的政策建议。

“希望专家委员会发挥参谋智囊作用,围绕贸促会重点工作,如参与‘一带一路’建设、做大做强双边工商合作机制、打造品牌发展论坛、拓展商事法律服务、组织二十国集团峰会框架下工商界活动(B20)等,为贸促会制定和实施发展规划提出有针对性的建议,为相关工作提供智力支持。”姜增伟说。

隆国强表示,委员会的成立体现了贸促会对决策咨询的高度重视,有利于发挥专家学者“咨政启民”的积极作用。

此外,贸促会人士介绍,专家委员会将从多领域加强研究并提出对策建议,包括推动商业模式创新,防止外贸失速;推动制造业企业增强对外投资能力,特别是投资“一带一路”沿线国家和新兴市场,用好丝路基金、中非发展基金等。

同时,针对当前国内部分企业在国际化经营中不熟悉国际规则、得不到应有的涉外法律服务、怕打“洋官司”等问题,专家委员会将进一步帮助企业提升防范外部风险和解决经贸纠纷的能力。

据了解,专家委员会首批委员研究领域涵盖了国际贸易与投资、世界经济、产业经济、金融、贸易便利化、跨境电商、知识产权、经贸摩擦应对等。专家委员会第一次工作会议围绕2015年我国外贸发展趋势、制造业“走出去”、服务业“走出去”、提升企业防范外部风险和解决经贸纠纷能力等议题进行了研讨。

(静安)

中国贸促会联合多家机构
举办展览从业能力培训

中国贸易促进会(中国国际商会)培训中心、中国对外贸易中心和中国国际展览中心集团公司联合业界知名办展机构,将从4月18日起举办三期“展览从业能力培训”。

当前,中国会展总面积、展览会数量和总体规模均已超过欧美发达国家,成为名副其实的展览大国。为助推从展览大国向展览强国转变,加快我国展览行业专业化、市场化、品牌化和国际化进程,提升我国办展水平和国际竞争力,本次由中国贸促会牵头组织的“展览从业能力培训”将围绕培育打造精品展会、品牌展会的目标,针对展览策划、组织、运营、管理等全流程办展实务设计培训内容,培养具有较高专业素养和实际操作能力的办展人才,对参加培训、考试合格者颁发“展览从业能力培训证书”。

据了解,培训时间分别为4月18日至6月13日,7月11日至8月29日,10月17日至12月5日,共举办3期培训班,每期50-70人。每期培训班授课均安排在周六,共计8天56个学时,另组织1-2天实践课。

培训内容根据实际办展业务需求确定,其中基础实务部分包括:展览业发展概要、展览行业管理、展览项目管理、展览策划、展会前期筹备、展会营销与招展、网上展览实务、采购商邀请组织、展览会配套活动组织、展览会主场服务管理、参展服务、展览会现场组织管理、撤展组织、办展评估。

授课老师均为业界具有丰富办展经验的权威专家,并将课堂教学和实践教学结合起来,突出实用性、操作性、权威性和权威性。

本次培训活动得到国内外知名办展机构、展览管理机构、会展协会广泛支持与认可。中国贸促会培训中心还与法兰克福展览(上海)有限公司联合设立奖学金,奖励优秀学员。对参加培训、修满学分、考试合格取得证书、具有就业需求的学员,专门组织几十家签约办展单位面试,真正在学习教育和就业使用方面架起有效桥梁,在促进学员就业和解决办展单位用人需求方面有效发挥作用。

(毛雯)

知识小看板

无效合同和
可撤销合同的区别

无效合同是相对于有效合同而言的,凡不符合法律规定的要件,不能产生合同的法律效力,都属于无效合同。

可撤销合同是民法中可变更和可撤销的民事行为的一种。可撤销合同主要是意思表示不真实的合同。可撤销合同的效力取决于当事人的意志,它是一种相对无效的合同,但又不同于绝对无效的无效合同。

法眼
透视

监管加强 高仿包暴利时代将终结

■ 萧康

米露(化名)怎么也没有想到,短短的3年时间,自己竟然就成了身价几千万的富豪,而这一切,都来自于一个并不光彩的行业——高仿。

高仿是指根据仿制对象的原有外形、材质、功能仿制出来的产品。高仿作为一个术语常用在仿制生产技术壁垒较低的高端消费品上,比如仿制国际大牌皮具、手袋、眼镜等。

高仿不仅复制正品的外形等主要或全部要素,同时也会保留正品的品牌标识,所以说高仿商品实际上是高度仿真的假冒商品。

对于高仿,生活在大城市的人都不陌生,北京的秀水街,上海的七浦路,广州的白云市场等,凡是我们在广告里看到的奢侈品牌包,在这些地方都能找到,唯一不同的是,这里商品的价格只有正品的1/10或者更低,而包的质量有些和正品不相上下,有些只是略差而已。

细节存差别

“没有谁能仿得一模一样,尤其是手工包,十个包十个样,我们能保证的只是外表相似,LOGO一样,没有人会真的去追究你背的包是真的还是假的。”米露说。

但是,高仿最难做到的其实是材料完全一样,金属扣完全一样,LOGO完全一样。毕竟,大牌的诞生本身就是一个奢华的过程,如果能那么轻易被模仿也就该关门歇业了。

米露告诉记者,高仿品主要分4类:

一类是1:1:包所用材质与正品材质99%接近,基本上都是欧洲和日本进口的,比较贵,也最接近正品,正品有什么它就有,正品没什么它肯定不会有。一般供内地的货很少,主要销往欧美、港台,市场上较少有现货,起步价上千。有一些被拿来当正品卖,基本上看不出高仿的痕迹。

二类是超A货:包的主体部分选用进口专用皮,提手及包边部分为高档变色真皮,氧化变色所需时间较短,内部用料与真品用料一致(包括上等牛皮、专用布、绒布等);五金配件质量等级优良,做工优良;有序列号,防伪线,防尘袋,英文品牌,说明书,出生卡。比较适合送礼或生活质量要求较高者自用。目前已经通过网络销往美国、加拿大、德国。国内市场价格在600至1500元左右。

三类是A货:包的主体部分采用一般等级的国产专用皮,提手及包边部分虽为真皮,但不是高等级的皮质,内部用料不保证与真品用料一致(包括猪皮、专用布、绒布等),五金配件也是国产的(如拉链等),做工还行。产品目前主要销往国内和非洲。A货的价格一般不会超过400元,钱包100元左右居多。

四类是B货:从皮质到手工都很一般,大多卖给学



生,但是和普通的皮包比起来,还是精致很多。

在中国,超A货和A货销售异常火爆。

大厂规避检查

现在,为了追求低成本和最高的仿真度,高仿品开始从大家以为的小作坊和黑工厂,转移到正规的大厂生产,他们往往可以利用法律漏洞,规避检查。

国内对于包的样式是没有严格监管的,所以,这些高仿的生产者就去大厂生产包,而LOGO的制作,都是在小工厂完成,依照中国的法律规定,只有最后将包拼成高仿的行为才构成犯罪,所以,大厂生产包是完全合规的。

据米露介绍,最后拼包的厂家都藏得很深,一般是很难查到的,即使查到了,在地方保护主义浓烈的地区,罚款以示警告,这件事也就算过去了。所以,我们看到高仿包有源源不断的货源,而且质量基本上都有保证,这都是大厂助力的结果。

如今,随着海外代购的兴起,高仿包的利润更是让人唾手可得,就连超A货也能卖出1:1的价格。这其中,有很多道道,米露说:“有时候,我都看不下去了,对奢侈品缺乏认知的人们啊,真的是花钱不心疼。”

实际上,品牌包的生产是有严格规定的,一线奢侈品牌代工厂国内很少有,即便有,那也是“给十条拉链生产十个包包”的严格管理代工厂,什么尾单、库存是根本不可能存在的。

现在很多海外代购和国外物流公司合作,由物流公司提供国际物流单号,单号由电脑随机产生,购买者只需要付少许费用。实际上这些代购物品是直接国内发

的货,购物小票是伪造的。有的代购商家还会从国外往国内邮寄空纸箱,目的是为了获得纸箱上的国外邮戳。”

监管加强

在很多女人的眼里,奢侈品都是有光环的,凡是拥有香奈儿、爱马仕、LV等品牌包的女人,似乎都被贴上了标签——“优雅的女人”,所以,渴望拥有的心理让那些经济能力有限的女人对价格便宜,质量不差,样子几乎和正品一样的高仿包心动不已。

正是在这种需求的推动下,高仿行业逐渐发展壮大。它的市场份额究竟有多大,只要看看满大街的LV,相信大家就心里有数了。

因为高仿本身是违法的,依据中国司法解释,制作高仿名牌就属于生产假冒伪劣商品的范畴,同时还违反国家的商标法,侵犯他人的知识产权,要受到行政处罚、民事赔偿等,严重的将按照刑法被处罚。

依照情节的轻重,罚款从20万元起,刑拘2年到15年。目前,因为生产售卖高仿产品被判刑的案例屡见不鲜。

2014年4月,江苏省高院官方微信上发布了一起通过微信平台销售假冒注册商标商品的案件,两个年轻女孩因犯销售假冒注册商标的商品罪,被判处有期徒刑3年,缓刑4年,并处罚金人民币20万元。

米露告诉记者,如今,她已经退出了这个圈子,“该赚的钱都已经赚到了,风险这么高,我不愿意再冒险。”想起一个曾经怕被查的难眠夜晚,米露说,“这样的人生太糟糕了。”其实,她身边的很多朋友也在渐渐淡出这个圈子,因为卖高仿的人太多了,钱已经不那么好挣了。

智能家居行业标准有望出台 市场规模超千亿元

足,在智能家居概念被大力推广的背景下,产品将逐渐走向消费者、智能家居生态更加完整,2016年会迎来产业发展真正的高潮和爆发,未来三年内必将覆盖百万家庭,传统行业也将向全面智能化转型。

据《2010—2015中国智能家居产业发展趋势与投资机遇研究报告》预测,内地智能家居市场规模到2015年将达到1240亿元。奥维咨询更预计,到2020年,内地智能家电的整体产值会突破万亿元,其中智能硬件的产值就会达到6000亿元。

然而,目前智能家居的产业链,从上游开始就有不同的标准,即便名义上加入了某个联盟或者达成某种合

作,在应用上,也很难达到互联互通的效果。

小米科技创始人雷军在今年两会上就曾建议,在国家标准委的主导下,由行业主管部门工信部牵头,按照急用先立的原则,加快制定智能家居行业标准,以促进智能家居产业健康发展。

(刘璋)



驰名商标不是荣誉,是一种法律事实

■ 肖虹

问:根据我的理解,驰名商标是一种荣誉,企业怎么才能参加驰名商标的评选?如果我们公司的商标是驰名商标,是否可以获得政府福利?驰名商标可以全类别进行商标保护,是否意味着我们可以阻止其他人滥用我们的商标?

答:从《巴黎公约》、《Trips协定》以及我国的相关法律规定来讲,驰名商标并不是一种荣誉,而是一种事实,即商标经过市场的使用已经成为了“驰名”的事实,这种事实的达成,与相关消费者对该商标的知晓程度、该商标的持续使用时间、该商标的宣传情况等具体体现状况相关。

也就是说,驰名商标并不是一个法律概念,而是通过一定的法律手段对一种现实情况进行认定,使其发挥相应的法律作用。所谓使其发挥相应的法律作用,便是

驰名商标之所以被纳入商标法的立法本意,即对这样的一种事实进行认定后,便可基于这样的一种事实为该商标提供高于一般商标的特殊法律保护,使其享有与其“地位”相配的特遇。

所以,作为一种法律事实,只能通过一定的法律程序得到认可,而不像选秀那样,通过一定的评选程序取得。

其实,从第一个问题可以看出来驰名商标是一种法律事实,并不是一种荣誉,所以很明确,其立法目的并不在于让驰名商标拥有者以此进行宣传。且现行商标法中关于“经营者不得将‘驰名商标’字样用于商品、商品包装或者容器上,或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中”的规定也正说明,其并不是一种可供权利人展示的荣誉,那么以此作为宣传手段的念头应该及早打消。

从驰名商标“个案认定、被动保护”的原则上已经非常能够明确驰名商标并非“天下无敌”,通常,通过案件

认定了驰名商标后,也并不是说该驰名商标的事实可以直接普适于各个其他案件,此案驰名并不代表彼案也驰名,更加不能说明能够通过吃所有案件。在各个案件中分别提出驰名的请求,通过提出证据来证明驰名商标的事实,相关案件审查机关将会根据本案的情况决定是否认定该商标为驰名商标,并且给予驰名商标相应的保护。

(作者系北京集佳知识产权代理有限公司知识产权顾问)

律师在线

