

合规造就蓝海 跨境电商平台须适应监管新环境

■ 本报记者 谢雷鸣

1月1日,《电子商务法》与跨境电商零售进口新政正式实施,电商企业与电商平台的利好、义务与责任再次成为热点话题。近日,在中国贸促会商法中心、中国贸促会全国企业合规委员会、中国贸促会信息中心在北京举办的“合规蓝海探秘:《电子商务法》与跨境电商”专题讲座上,金杜律师事务所律师合规业务部合伙人冯晓鹏表示,面对监管新环境,各平台企业须重点关注责任规制,在合规中保障业务的持续发展。

冯晓鹏认为,迈入电商法实施元年,完成市场准入登记与获取许可是跨境电商平台开展业务的首要要求。跨境电商平台除自身完成登记要求外,还须督促协助平台内企业登记——此举与市场监督管理局和海关的注册登记制度实现了有效衔接。针对跨境电商零售进口商品,若电商平台以直购进口或网购保税进口的模式进口,则无须提交首次进口许可;若电商平台以网购保税进口A模式进口,则要依法执行首次进口许可批件、注册或备案要求。

在信息公示方面,为改变交易信息不公开、不透明、不对等的电商交易状态,充分保障消费者的知情权,《电子商务法》及跨境电商零售

进口新政均要求跨境电商平台经营者显著公示交易所需的必要信息,包括经营者身份信息、服务协议、交易规则、业务类型、商品服务信息等。公开透明的交易环境和消费者评价监督机制的引入,既便于跨境电商平台管理,也有助于提升消费者信用评价。

冯晓鹏说,记录、保存交易信息是所有电商的普遍义务。具体到跨境电商零售交易,为防止不法商家利用平台盗用信息或伪造信息走私,也为禁止跨境零售商品的二次销售行为,海关可随机抓取平台交易的原始数据,平台也负有配合海关查验数据、打击违法行为的义务。

服务协议和交易规则是平台运营的重要基石。跨境电商平台经营者应与平台内入驻企业及消费者明确权利义务划分,建立交易问题解决机制。从事自营业务的跨境电商平台还应关注《电子商务法》对电子合同的特殊规定以及《合同法》的相关规定,依法依约履责。

对于纳税义务,冯晓鹏强调,跨境电商平台企业除自身履责外,最重要的是要履行对跨境电商零售进口商品的独立代扣代缴义务,如实、准确地向海关申报法定税收征管要素并按照海关要求补充申

报的义务。

保护知识产权和禁止限制竞争是跨境电商平台的共性规定,同时平台会同入驻企业还有告知消费者有关商品风险的特殊要求,包括相关商品在原产地的质量、安全、卫生、环保、标识等标准可能与中国标准存在差异;相关商品可能无中文标签,消费者可通过网站查看商品中文电子标签;消费者购买的商品仅限个人自用不得再次销售等。

据冯晓鹏介绍,为解决消费者在跨境交易中遇到的退换货、维权等难题,《关于完善跨境电商零售进口监管有关工作的通知》明确规定,跨境电商企业承担消费者权益保障责任,包括但不限于商品信息披露、提供商品退换货服务、建立不合格或缺陷商品召回制度、对商品质量侵害消费者权益的赔偿责任等。为保证境外企业责任得到落实,《海关总署关于跨境电商零售进出口商品有关监管事宜的公告(2018)》要求境外跨境电商企业必须委托境内代理人向该代理人所在地海关办理注册登记。

在通关方面,根据跨境电商零售业务碎片化、高频次、低货值等特点,海关采取了进口“清单核放”、出口“清单核放”“汇总申报”等不同于



对一般贸易的监管方式。对于符合规定的跨境电商企业,海关也可在有税款担保或保函的情况下,按时段汇总计征税款。

“《电子商务法》对代购的登记和征税提出的要求将会对商业性代购产生根本影响。”冯晓鹏认为,《电子商务法》对代购的重要影响主要集中在有关市场主体登记和纳税的规定。登记的实质在于配合对电子商务经营者的监管和征税。一旦个人经营行为在登记后转变为公司或商业主体经营行为,缴纳增值税和

所得税将在所难免。

冯晓鹏说,从根源上讲,代购同跨境电商一样,既不属于非贸易进出境,也不属于传统意义上的国际贸易,而是处于二者的交叉地带。一些大型电商平台已开始为平台代购商家转型跨境电商提供仓储物流、商品备案、代缴税收等服务,部分代购商家也开始积极转型布局,设计代购的正规化模式,《电子商务法》的实施将促成一些尚未转型的代购离场,为已转向跨境电商的合规代购留下大片市场空间。

▼法律干线

贸仲委秘书长一行赴北京互联网法院调研

本报讯 日前,中国国际经济贸易仲裁委员会副主任兼秘书长王承太一行拜访了北京互联网法院。贸仲委一行实地参观了北京互联网法院的演示大厅,体验了身份认证、电子签名、网上立案、网上开庭、大数据统计等互联网最新技术在网上争议解决中的应用。

参观后,双方就互联网争议解决和信息化建设进行专题座谈。王承太对北京互联网法院的热情接待和长期以来法院对贸仲委的大力支持表示感谢,对贸仲委的主要职能、工作机制、发展情况以及近年来信息化建设的主要情况进行了介绍。他指出,随着互联网模式全面渗透到社会生活中,贸仲委近年来受理的争议类型产生了变化,对案件审理方式的信息化、便捷化、透明化都提出了进一步的要

求;北京互联网法院精准把握信息化建设趋势,引领互联网争议解决的最新发展,贸仲委要多向北京互联网法院取经。

北京互联网法院副院长余贵清详细介绍了北京互联网法院建设互联网争议解决平台的主要经验。他认为,贸仲委作为中国仲裁的“国家队”,面对全球多类型纠纷,可抓住互联网发展的新机遇,充分利用现有互联网技术,建设便利、统一、智能的网上争议解决平台。

双方还就网上争议解决的一些典型问题如电子送达的具体标准和手段等问题进行了探讨,并就今后进一步开展交流与合作达成了共识。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)

商标跨类使用应注意避免侵权

本报讯 近日,商标跨类使用中侵权问题研讨会在京召开。

随着市场经济发展企业经营规模扩大,一些经营状况较好的公司试图将自己知名的商标使用到有一定联系的其他商品上,但很可能存在其他企业注册使用近似商标在先的情况,对于此类行为应如何评价与规约?会上,专家结合日前争议较大的“欧普”商标案进行了探讨。专家认为,该案涉及的关键问题是商标侵权案件中经常遇到的,在判断两商标是否构成近似商标时,应如何进行比对,如何判断相关公众的一般注意力标准?

西南政法大学教授罗宏光认为,根据最高人民法院的相关司法解释,判断商标是否相同和近似需遵循以下三个原则:第一是相关公众一般注意力标准,像灯、开关这类商品,公众的注意力相对而言并不高,发生混淆的可能性就比较大;第二是商标在评判过程中既要进行整体比对,也要对商标主要部

分在隔离状态下进行比对;第三是判断商标是否近似时还需考虑显著性、知名度等问题。

原中华商标协会专家委员会主任董葆霖表示,商标法对于注册商标的权利规定得比较明确,核准注册的商标应以核定使用的商品类别为限,不可能因为商标声誉高了,市场竞争力强了,商标权利就要扩大,商标权的保护范围就要扩大。

至于地名商标的“跨类保护”,中国科学院大学教授李顺德表示,这种跨类保护并非无条件跨类,而是在特定条件下,符合商标法规定才可以有条件地跨类别实行保护。需要注意的是,这种保护是禁止权利,仅限于阻止他人的注册和使用。也就意味着只有在有充分理由认为他人在跨类的商品服务上未经许可使用,可能与原来地名商标的产品或者服务造成混淆或者混淆的可能性,注册地名商标才可以有条件地实行跨类禁止。

(穆青凤)



制图 耿晓倩

近日,爱尔兰连锁快餐企业超级麦克公司表示,欧洲联盟知识产权局裁定撤销麦当劳公司在欧盟注册的“巨无霸(BIG MAC)”等商标,后者失去这一商标的独家使用权。

美光诉晋华案遭美法院驳回

能无管辖权。

不过,事情到此并未结束,因为美光最晚可以在2019年2月8日前进行修正,再次进行提交。此外,值得一提的是,此次案件中“关于三名台湾业内人士被指控涉嫌密谋窃取商业机密”的部分,计划在下个月开庭审理。

而根据之前福建晋华在官网发布公告显示,针对其2018年9月在美国加州北部地区法院受到的指控,向法院做出无罪抗辩。晋华将向法院陈述案情,证明其业务的开展始终秉承着最高诚信标准。晋华已聘请专业代理机构协助其在美国进行法律事务、游说、公共关系方面的工作,共同致力于争取将晋华从美国商务部出口管制实体清单中移除。

福建晋华正式成立之前就与联电签署了技术合作协议,联合开发DRAM相关制程技术。2016年联电正式与福建晋华达成合作。据双方协议,晋华将提供专用设备,并依开发进度支付技术报酬金给联电作为开发费用,开发成果将由双方共同拥有。

随着福建晋华公司的成立以及

其与联电的合作,也引起了美光DRAM大厂美光的不满。

2017年12月,美光科技在美国加州提起民事诉讼,控告联电及福建晋华侵害其DRAM的商业机密。同时,美光也在台湾台湾控诉联电员工从美光DRAM技术窃取机密。随后,福建晋华在国内起诉美光自有品牌Crucial英睿达固态硬盘以及笔记本内存条等十余款自有品牌产品涉嫌侵害晋华专利。

虽然美光与晋华在中国的专利纠纷仍在诉讼中,不过2018年7月3日,中国福州中级人民法院发布针对美光半导体(西安)及(上海)的诉中禁令,禁止美光在中国销售26个DRAM与FLASH产品,包含相关的固态硬盘SSD与记忆卡产品。随后,美国商务部宣布将晋华列入出口管制实体清单,该禁令于2018年10月30日生效。

随后,很多美系的供应商开始撤出晋华及中断对于晋华的支持。此外,美方还申请禁制令阻止晋华与联电利用具争议商业机密所制造的产品输往美国。这一连串的打击,使得晋华的DRAM项目趋于“完全瘫痪”。

(芯智讯)

一场官司打9年 中国“DKN”赢了美国“DKNY”

“可以给你们一些费用,希望能撤销‘DKN’商标”。9年前,面对国际大牌“DKNY(唐可娜儿)”提出的这一要求,位于诸暨的浙江永凯实业有限公司坚定地说“不”。从此,永凯实业为保护自有品牌,和美国轻奢品牌“DKNY”打了一场持久战。

9年过去了,一份迟到的“DKN”商标注册证到了永凯实业总经理何均江手里。这场马拉松官司以永凯实业获胜告终。

对国际大牌说“不”

永凯实业成立于2003年,产品出口欧美多个国家,其生产的“丹柯娜”系列品牌的袜子更是畅销国内市场。

说起商标“DKN 丹柯娜”,何

均江介绍,早在1999年7月,公司就被国家商标总局核准,在第25类“服装、袜”等商品上使用有“DKN 丹柯娜”字样的图文商标。作为浙江凯利达服饰有限公司的最大股东,2003年,他成立浙江永凯实业有限公司,永凯实业也成为该商标的共同使用人。

“‘DKN 丹柯娜’图文商标是我们最早的一只商标,后来,随着品牌保护意识的增强,我们慢慢开始注册近似度较高的关联商标,比如‘NKD’‘DKN DANKENA 丹柯娜’图文商标等,防止一些厂家傍我们的商标。”何均江说。2009年12月,永凯实业在“婴儿全套衣、游泳衣、防水服、鞋、帽子、手套、领带、腰带”类别商品上申请“DKN”商标,没想

到出现了意想不到的波折。

何均江说,提出申请一个多月后,美国轻奢品牌“DKNY(唐可娜儿)”的委托人美国贾柏里工作室联系他们,提出因“DKN”商标和DKNY(唐可娜儿)有些相似,公司愿意支付一定费用,要求永凯实业撤销“DKN”商标的注册申请。

创立于1989年的DKNY(唐可娜儿),是一个前卫、时尚、休闲的时装品牌,已经具有了一些知名度。在他们看来,他们作为老大哥,给出这样的条件已经很不错了。但何均江拒绝了。

马拉松官司

见“软招”不行,贾柏里工作室便使出“硬招”。他们向国家商标总

局提出异议,这场旷日持久的商标战就此打响。

2009年12月,永凯实业在服装类商品申请“DKN”商标被驳回,“婴儿全套衣、体操服等”初步审定通过。2011年2月,贾柏里工作室提出异议。2013年10月,贾柏里工作室提出异议复审。

2015年,永凯实业第三次提起“DKN”商标申请。2016年5月,商标局初步审定通过后,公告期间,贾柏里工作室第三次提出异议……

2017年,眼看注册证要发下来了,贾柏里工作室又一次提出异议。不过,让何均江欣慰的是,这一次,经过双方答辩,国家商标总局给出了最终决定:准予永凯实业在申请的类别上注册“DKN”商标。

“‘DKN 丹柯娜’这个商标从1999年就开始使用,之所以不愿意放弃,一方面是前期在品牌宣传上已经投入大量的精力和财力,而且形成了一定的品牌影响力。另一方面,从商标传播的效果来说,‘DKN’仅3个字母组成的英文商标,也比原来的图文商标更具识别度,传播效果更好。”何均江说,商标是有形的,但价值是无形的,商标官费时费力又费钱,但后期价值却是不可估量的,自己觉得还是值得的。只是万万没想到这场官司一打就是9年。

据了解,像这样与国际大牌打了9年官司,最后还打赢了的例子在全国也不多见。

(许程丽 赵仙芳)

中企5G国际专利 已超2400项

本报讯 华为、中兴在5G国际标准中的专利数已超过2400项,占比超过了30%。近日,工信部透露,目前我国已经主导完成49项国际电信联盟的标准,牵头新立项目73项,有力推动了我国标准成为国际标准。

同日,工信部发布“百项团体标准应用示范项目”名单,涵盖了通信、机器人、绿色制造等重点领域。据工信部科技司副司长范书建介绍,2018年我国工业通信业瞄准国际化和走出去的工作思路,共批准发布了1800余项行业标准,印发了智能制造、车联网产业等重点领域标准体系建设指南。

截至目前,工信部共发布了200余项团体标准应用示范项目,这些示范项目的发布,对扩大工业通信业团体标准的市场影响力、打造团体标准高品质形象、引领相关产业高质量发展具有重要意义。

记者获悉,《自动驾驶车辆道路测试能力评估内容与方法》,也成为了这次“百项团体标准应用示范项目”之一。据介绍,目前遵循该标准,已有8家企业获得在北京市自动驾驶车辆的道路测试资格,3家获得在深圳、无锡和天津进行道路测试的资格。其中,仅在北京市的自动驾驶道路测试里程已达到约13万公里,为产业发展创造了良好的实践环境。

(李凌)

非法提供作品 热波公司判赔35万元

本报讯 近日,因认为对方未经合法授权,擅自利用“VR热播”软件IPAD端通过信息网络非法向公众提供《妄想症》《四大名捕2》《火锅英雄》3部影视作品的在线播放服务,北京爱奇艺科技有限公司(下称爱奇艺公司)将热波(北京)网络科技有限公司(下称热波公司)以侵犯作品信息网络传播权为由诉至法院。

日前,北京市海淀区人民法院作出一审判决,依法判决被告向原告赔偿经济损失及合理费用共计35.56万元。

原告爱奇艺公司诉称,其经授权取得涉案影视作品《妄想症》《四大名捕2》《火锅英雄》的独占性信息网络传播权,被告热波公司未经原告合法授权,在其运营的应用软件“VR热播”IPAD端,通过信息网络非法向公众提供涉案影视作品的在线播放,该行为侵害了其合法权益,故诉至法院,请求法院判令被告热波公司赔偿原告经济损失及合理开支。被告热波公司未到庭亦未提交书面答辩意见。

法院经审理后认为,原告爱奇艺公司基于授权继受取得涉案3部作品的独占性信息网络传播权,且在授权期间内有权以自己的名义进行维权,他人未经许可不得使用涉案作品。被告热波公司在其经营的“VR热播”IPAD端上向公众提供《妄想症》《四大名捕2》《火锅英雄》3部作品,使相关公众可以在其选定的时间和地点获得涉案作品,该行为未经原告许可,侵犯了原告享有的作品信息网络传播权,依法判决被告热波公司赔偿原告爱奇艺公司经济损失及合理支出共计35.56万元。

(陈辛)

▼贸易预警

印度对壬基酚 作出反倾销否定性终裁

日前,印度商工部反倾销局发布公告称,决定对原产于或进口自台湾地区的壬基酚(Nonyl Phenol)作出第二次反倾销日落复审否定性终裁,与此同时不建议继续延长对进口产品征收反倾销税。

2006年6月29日,印度对原产于或进口自台湾地区的壬基酚启动反倾销立案调查。2007年6月25日,印度对台湾地区涉案产品作出反倾销终裁。2013年11月8日,印度对台湾地区涉案产品作出第一次反倾销日落复审肯定性终裁。2018年6月12日,印度对台湾地区涉案产品启动第二次反倾销日落复审立案调查。

(本报综合报道)