

直播新规给平台和企业带来合规挑战

■ 本报记者 钱颜



近日,国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局七部门联合发布《网络直播营销管理办法(试行)》(下称《办法》),该《办法》将于5月25日起施行。

“此前,在直播领域没有强有力的监管规则,法律纠纷案件频发,问题重重,很多行为涉嫌违反《反不正当竞争法》《产品质量法》《广告法》等。《办法》的实施将有效保护消费者的权益,也提醒相关企业 and 平台务必重视直播合规。”汉坤律师事务所律师郑兴尧在接受《中国贸易报》记者采访时表示。

直播内容保存时间等防范措施。二是事中警示,要求平台建立风险识别模型,对风险较高和可能影响未成年人身心健康的行为采取弹窗提示、显著标识、功能和流量限制等调控措施。三是事后惩处,要求平台对违法违规行为采取阻断直播、关闭账号、列入黑名单、联合惩戒等处置措施。

同时,根据我国现有法律体系,“通知—删除”规则适用于电商平台的治理,特别是《办法》公布后,在对直播营销平台的责任认定中,此规则仍是核心判断基础。“因此,如果直播营销平台‘知

道或应当知道’直播间运营者、直播营销人员存在虚假或引人误解的宣传的侵害消费者合法权益的行为,未采取必要措施的,应当与直播间运营者承担连带责任。”郑兴尧表示。

对于企业来说,应该遵从《办法》中关于直播间运营者和直播营销人员的规定。郑兴尧介绍说,直播营销人员或者直播间运营者为自然人的,应当年满十六周岁;十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的,应当经监护人同意。直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动,不得发布虚假或者引人误解的信息,欺骗、误导用户;营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品;虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假;知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为,仍为其推广、引流;骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人,侵害他人合法权益;传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等。

“直播过程中,为了提高销量、宣传产品,欺骗误导用户的行为非常常见。”郑兴尧举例说,2019年由李佳琦持股公司开设的天猫网店在非特盗洗发水商品广告中宣传该商品具有防脱发功效,却无法提供相关依据证实产品具有防脱功效,最终被上海市崇明区市场监督管理局行政处罚,罚款1万元。同年李佳琦在直播间介绍产品过程中把“阳澄状元”大闸蟹说成“阳澄湖的大闸蟹”,误导了消费者,之后李佳琦向消费者致歉。辛巴团队也曾将糖水包装成燕窝进行售卖,在直播过程中强调燕窝含量足、功效好,存在引人误解的商业宣传行为,受到90万元罚款的行政处罚。

此外,直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告,履行相关责任和义务也非常重要。“在不同情况下,主播、商家、平台运营者都可能被视为广告发布者、广告经营者、广告主,如有违法行为,需要承担相应的责任。”乐高中国区法务总监江瑛介绍说,如发布虚假广告,欺骗、误导消费者,使消费者的合法权益受到损害的,由广告主承担责任。广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的,消费者有权要求广告经营者、广告发布者先行赔偿。关系消费者生命健康的商品或服务的虚假广告,造成消费者损害的,广告经营者、广告发布者、广告代言人与广告主承担连带责任。其他商品或服务的虚假广告,其广告经营者、广告发布者、广告代言人明知或应知是虚假广告,仍设计、制作、发布和推荐证明,造成消费者损失的,与广告主承担连带责任。



制图 耿晓倩

国家市场监管总局官网发布的全国12315平台2020年前三季度统计数据显示,前三季度共接到直播相关投诉举报2.19万件,同比增长479.60%,其中“直播带货”相关诉求占比近六成。仅仅“618”促销活动期间消费维权,监测期间就收集有关“直播带货”类负面信息112384条。同时,中国消费者协会2020年3月发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》显示,消费者满意度最低的是宣传环节,为64.7分。总体而言,消费者对直播购物各个环节的满意度都未达到80分。

郑兴尧介绍说,《办法》对平台的合规行为作出了具体指引。一是事前预防,要求平台对粉丝数量多、交易金额大的重点直播间采取安排专人实时巡查、延长

中国知识产权法务15强颁奖典礼举办

4月22日,由中国贸促会专利商标事务所独家赞助的汤森路透ALB中国知识产权法务15强颁奖典礼在京举办,15强上榜知识产权法务及获奖代表出席了此次盛会。汤森路透法律传媒集团负责人谢京庭通过视频向会议致辞,汤森路透中国区总经理余军及中国贸促会专利商标事务所副所长周中琦现场致辞,共同祝贺15位上榜知识产权法务,并欢迎各位嘉宾的出席。

周中琦在致辞中表示,国家推动创新体系优化组合,使企业不断提升创新能力,强化企业创新主体地位,促进各类创新要素向企业集聚。形成企业为主体、市场为导向、“产学研用”深入融合的技术创新体系,加快构建国内国际双循环相互促进的新发展格局。

在主题研讨环节,围绕“当前企业知识产权保护重点、知识产权布局方向及法律服务需求”这个话题,各位专家进行了精彩的分享。

中国人民大学法学院教授、中国人民大学国际知识产权研究中心主任张广良首先分享了“惩罚性赔偿制度对知识产权诉讼的影响”。张广良介绍了中国知识产权惩罚性制度的全面性和严厉性,并结合实例,分析了相关变化对权利人及涉嫌侵权人的诉讼行为的影响。他提到,惩罚性赔偿是我国加大知识产权保护力度的重要举措。由于其对“诉讼生态”会产生重大影响,因此,惩罚性赔偿的适用仍需更加谨慎及精细化,对惩罚性赔偿制度内涵的

理解也至关重要。

专利商标事务所商标二处处长李渤带来了题为“厚积薄发,助力企业知识产权全球布局”的主旨演讲。他从知识产权的海外专利布局及商标维权的生动案例出发,为与会嘉宾详细介绍了国内企业在海外可能遇到的难题及案件的争议焦点,并从知识产权的保护及全球布局的角度,进一步阐述了行之有效的解决方案。

百度集团知识产权总监崔玲谈到,百度的知识产权策略重点在于核心技术和前瞻基础技术的专利布局及保护,并且不仅重视保护自身,也保护生态上下游合作伙伴。同时,通过良好的专利布局,也能提升知识产权法业务能力以及对公司的价值。

蔚来汽车高级知识产权总监

刘肖琛分享了新兴企业在知识产权风险管理方面的经验。他提到,应将知识产权的流程体系化建设放在首位,将专利挖掘、分析、供应商管理系统化。此外,提前做好全球知产布局也很重要。

滴滴知识产权总监采健表示,滴滴侧重知识产权对于业务的灵活支持,以达到专利与业务相融合的良好状态。他提出,知识产权的战略要基于不同业务,其中,建立知识产权层面的竞争壁垒、深入的风险防控机制,以及不同软件的技术创新保护尤为重要。

深圳华大智造科技股份有限公司法务与知识产权部总监邢伟就生命科学方面的知产保护进行了分享。他表示,该领域的知识产权布局呈现百花齐放态势,每

一个技术点的不同都需要知识产权法务进行深入探索。这要求法务对公司定位、战略、产品线,甚至是专业技术有全方位的了解。

专利商标事务所所长龙传红表示,今年是贸促会专商所与ALB合作的第二年。目前我国对知识产权保护提出了很高的要求。知识产权对于国家的创新体系建设,及对企业的技术创新都起到很积极的作用。在这个特殊的时期,相信企业知识产权法务能够发挥更重要的作用。企业知识产权法务处于知产保护的第一线,希望今年上榜的15位知识产权法务发挥自己的优势,支撑和推动企业技术创新,为国家知识产权制度的建设和发展发挥更大的作用。

(来源:专利商标事务所)

多维度推动知识产权事业再上新台阶

■ 本报记者 张伟伦

4月26日是第21个世界知识产权日,《中国知识产权保护与营商环境新进展报告(2020)》(以下简称《报告》)于当天发布。在同一天国务院新闻办举行的新闻发布会上,全国打击侵权假冒工作领导小组办公室主任、国家市场监督管理总局副局长甘霖表示,去年以来,面对新冠肺炎疫情突如其来、世界经济深度衰退等严重冲击,中国统筹疫情防控和经济社会发展,持续推进打击侵权假冒工作,知识产权保护迈出坚实步伐,市场化、法治化、国际化的营商环境进一步优化。

加大知识产权保护 统筹协调力度

《报告》指出,2020年,中国知识产权保护围绕统筹协调、法治保障、行政执法、司法保护、社会共治、宣介传播等方面扎实推进,保护体系更加完善,保护成效更加突出。

“中国持之以恒保护知识产权,优化营商环境,获得国际社会肯定。世界知识产权组织发布的《2020年全球创新指数》显示,中国排名第14位,是进入前30名的唯一中等收入经济体。世界银行

发布的《中国优化营商环境的成功经验——改革驱动力与未来改革机遇》专题报告指出,中国优化营商环境的改革举措,为全球其他经济体提供了借鉴,有力推动全球营商环境水平整体提升。”甘霖强调,“我们将久久为功,致力打造世界创新高地和营商环境国际高地”。

过去一年,我国知识产权保护统筹协调力度进一步加大。“国家知识产权局会同有关部门研究起草了《2020—2021年贯彻落实〈关于强化知识产权保护的若干意见〉推进计划》,细化133项重点工作任务,与相关部门建立健全沟通协调、信息报送和考核评价机制,指导各地党委、政府从审查授权、行政执法、仲裁调解、行业自律等环节持续完善知识产权保护体系。”国家知识产权局知识产权保护司负责人毛金生在发布会上表示。

“协同保护机制进一步优化,继续加大快速协同保护机制建设,截至2020年底,国家知识产权布局在全国范围内建成了40家知识产权保护中心、22家快速维权中心;与最高人民法院建立知识产权纠纷在线诉讼对接机制;指导国家海外知识产权纠纷

应对指导中心高效运行,设立了10家地方分中心。”毛金生说。

加强知识产权 对外合作与磋商

过去一年,中国知识产权对外合作取得积极进展。商务部条约法律司负责人陈雨松在发布会上表示,我国与美国、欧盟、俄罗斯、日本、瑞士等重要的经贸伙伴间保持定期的、全方位的沟通,涉及彼此关注的所有知识产权领域;沟通也是跨部门的,政府部门、产业界、商协会和专家学者全面参与。通过坦诚交流,推动解决彼此关注、进一步加强经贸合作。

据介绍,我国还积极参加世贸组织、亚太经合组织、“一带一路”、“金砖五国”等多边渠道的知识产权交流,推动国际经贸顺畅进行。在知识产权对外磋商方面,签署了《区域全面经济伙伴关系协定》,提升了区域内的知识产权保护水平,强化了相关国家的知识产权国际合作。成功签署《中欧地理标志保护与合作协定》,该协定保护水平高,覆盖面广,涉及500多个中欧双方的地理标志产品,进一步加强了中欧的经贸合作。商务部还积极推动企业知识产权海外预警和维权,

为企业“走出去”提供相关信息。

进一步优化营商环境

优化营商环境只有进行时。记者从发布会上获悉,在互联网领域,14部门联合开展了“2020网剑”行动,集中整治网上销售侵权假冒伪劣商品、不正当竞争等违法行为,查处案件近2万件。四部门开展“剑网2020”行动,重点打击视听作品、电商平台、社交平台等领域侵权盗版行为,关闭违法网站2884个。持续开展知识产权执法“铁拳”行动,查处商标侵权、假冒专利等违法案件3.9万件。

对于各界关注的外商在华投资话题,陈雨松介绍,商务部贯彻落实《外商投资法》及其实施条例,全面取消商务领域外资企业的审批备案。进一步加强外商投资知识产权和商业秘密的保护。

此外,商务部修订发布新版

全国和自贸试验区外商投资负面清单,限制性措施分别缩减到33条和30条。发布《鼓励外商投资产业目录(2020年版)》,鼓励外商投资条目增加10%以上。修订出台《外商投资企业投诉工作办法》,进一步健全外商投资投诉工作机制。在加大贸易便利化方面,商务部持续推进落实世贸组织《贸易便利化协定》。截至2020年1月,全面完成贸易便利化协定各项规定、各类措施的落实工作,联合有关部门推出多项贸易便利化措施,科学调整进出口管理目录,持续利用数字化、智能化手段,简化通关手续、优化口岸作业模式,不断丰富国际贸易单一窗口功能,提高通关效率,降低通关费用,不断优化跨境贸易营商环境。在自贸试验区创新试点方面,商务部持续深化自贸试验区知识产权“放管服”改革。

服装行业需重视知识产权保护

近年来,随着服装行业的不断发展,其知识产权保护问题也日益凸显。日前,《中国服装行业知识产权保护白皮书(2020)》在京发布,呼吁服装行业重视知识产权保护。

据了解,2020年,我国服装行业年主营业务收入2000万元及以上的企业达13300家,累计完成服装产量223.73亿件,为目前全球最大。中国服装协会常务副会长杨金纯表示,中国是世界上最大的服装消费国,同时也是世界上最大的服装生产国。但中国服装行业整体发展很不平衡,各服装企业之间的竞争激烈,服装行业知识产权保护制度也亟待完善。

据白皮书数据显示,2020年我国服装行业知识产权案件以商标纠纷为主,商标案件共计2075件,其中行政诉讼1305件,民事诉讼1770件,刑事诉讼343件,线上侵权案件占比高达七成,线下侵权案件占比三成,全行业知识产权保护形势严峻,挑战巨大。

“知识产权对于服装企业来说就是核心资产。”深圳市服装行业协会会长沈永芳归纳了目前中国服装行业的侵权现状:侵权对象以国际知名品牌和热销商品为主;侵权主体以中小服装企业为主;侵权者为追求短期效益,利用网络销售侵权商品;服装企业走出去的过程中,知识产权侵权行为日益频繁。

北京大学法学院教授易继明表示,服装知识产权保护问题复杂,就主流保护和传统保护而言,我国专利法采取三合一的方式,对于发明、实用新型、外观设计一体立法,一体保护。因此,服装装帧、服装款式,包括服饰,主要通过外观设计专利予以保护。就服装面料而言,部分是实用新型专利,部分是发明专利,因此,著作权法的保护空间受到局限。而针对服装企业商标品牌的保护主要是通过商标法加以保护。在电商发展的新环境下,商标侵权已成为重灾区。

“知识产权的一体保护,或许需要在法律方面进行重新设计,在执法方面,在行业规范方面予以加强。”易继明称。

学者们普遍认为,从著作权保护的角度若将服装成衣视为实用艺术品,需要满足三个条件:一是实用艺术品的实用功能和艺术设计在物理或观念上可以分离;二是实用艺术品应当达到较高的艺术水准;三是实用艺术品的艺术设计具有独创性。但客观上,服装成衣的诸多设计基于实用性考量,且目前无获得保护的法律规定。因此,实务中需要结合作品特点,灵活把握独创性。

同时,我国服装行业的中小企业众多,普遍存在维权成本高的问题。白皮书建议,行业协会将中小企业聚集在一起,共同维权,或可解决部分企业担心的诉讼成本高、维权知识少等问题,提高服装行业知识产权保护效率。(穆青凤)

贸易预警

韩对华浮法玻璃启动反倾销调查

4月23日,韩国企划财政部发布称,应2家韩国企业于2021年2月26日提交的申请,对进口自中国的浮法玻璃启动第四次反倾销日落复审立案调查。涉案产品包括厚度超过4毫米的平板玻璃和厚度小于13毫米的无色及绿色浮法玻璃。本案倾销调查期为2020年1月1日至2020年12月31日,损害调查期为2017年1月1日至2020年12月31日。除另行延期外,本案终裁将于6个月内作出。

印度正式对华聚四氟乙烯制品征收反倾销税

4月26日,印度财政部税政局发布公告称,接受印度商工部于2021年1月27日对原产于或进口自中国的聚四氟乙烯作出的反倾销终裁结果,决定对中国聚四氟乙烯实施的反倾销措施及有效期同样适用原产于或进口自中国(原产国或进口国为俄罗斯除外)的棒、薄膜、管件、螺旋密封带等聚四氟乙烯制品,即征收2637美元/公吨的反倾销税,有效期至2022年7月27日。

欧盟对涉华味精作出反倾销终裁

日前,欧盟委员会发布公告,对原产于中国的味精作出第二次反倾销日落复审终裁,决定继续对中国涉案企业征收33.8%至39.7%的反倾销税。同时对原产于印度尼西亚的味精作出第一次反倾销日落复审终裁,决定继续对印度尼西亚涉案企业征收7.2%至28.4%的反倾销税。本案倾销调查期为2019年1月1日至2019年12月31日,损害分析期为2016年1月1日至倾销调查期结束。(本报综合报道)

服務四達 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahk1td.com

