

订立著作权委托合同不能大而化之

■ 本报记者 钱颜

“当前我国文化创意产业迅速发展,著作权合同纠纷频现。这类案件法律关系复杂,社会关注度高。”日前,北京知识产权法院召开了著作权合同纠纷案件审判情况通报会,发布了典型案例,给相关企业提示了经营过程中的著作权风险。北京知识产权法院副院长宋鱼水介绍,著作权合同纠纷突出体现在文化创意产业的新业态新领域,近年来案件数量增长较快。“法院受理的著作权合同纠纷二审案件从2015年的37起,到2018年的81起,再到2021年前三个季度的44起,涉及广播影视、动漫游戏、演艺娱乐、媒体融合等文娱热点、文化传承的创新发展领域。”

会上公布的案例涉及委托创作验收标准和委托制作的合同风险问题。亚美公司与拾月堂公

司合同纠纷案,对委托合同解除后已支付费用是否要返还问题进行了解释。亚美公司委托拾月堂公司制作宣传片,合同约定分五期履行,亚美公司向拾月堂公司支付了前三期共计81万元制作费用,亚美公司主张拾月堂公司未交付符合合同约定的宣传片,构成根本违约,要求返还已经支付的81万元制作费用。法院认为,委托创作合同受托方付出的成本和劳动已经凝结在完成部分的作品中难以恢复,一旦创作成果未能完成就将责任全部加诸于受托方是不公平的,也不利于创作行业的发展。拾月堂公司已经完成了大部分拍摄任务,履行了合同的主要义务,已经完成的部分基本符合双方合同约定。亚美公司要求返还支付的81万元主张不能得到支持。审判

监督庭法官李志峰表示,委托创作合同通常约定分阶段履行,但是一旦由于创作成果不符合质量约定而解除,委托方通常会主张由受托方返还已经支付的全部费用,使受托方面临严重损失。对此,受托方可以结合违约发生的时间、合同履行的程度和成果完成的具体情况举证,维护自身权益。

关于委托创作合同风险,李志峰提示,在已有作品基础上进行二次创作,需要重点关注是否获得原作品著作权人授权。为防止原作品著作权人“一女二嫁”,可以在合同中约定相关权利保证条款。

例如,央视动漫集团与“大头儿子”系列美术作品创作者刘某之间的委托创作合同纠纷。创作者刘某曾与央视动漫集团签订《委托制作协议》,保证从上世纪90年代至今,

从未转让、许可使用或以任何方式,授权第三方取得或使用“大头儿子”“小头爸爸”和“围裙妈妈”及其他相关的造型作品。基于上述保证,央视动漫集团委托刘某在1994年的“大头儿子”“小头爸爸”和“围裙妈妈”美术作品造型的基础上,进行二次创作。但根据法院查明,刘某此前已转让了上述美术作品著作权,央视动漫集团的二次创作被认定侵权。对此法院认为,刘某在涉案合同签订前,已向案外人转让1994年作品著作权的行为,构成违约,应当承担违约责任。

李志峰建议,委托创作合同中验收标准的约定应当尽量具体化、可检验。“实践中,约定‘委托人满意’‘受托人修改直至委托人满意’等作为验收标准,相关修改要求难以具体化,一旦发生争议,双方均存

在较大法律风险。”李志峰说。

“实务中,公司类合同、承包经营类合同、建设工程类合同等领域主体相对单一,而著作权类合同往往涉及肖像权人、著作权人、演绎者、邻接权人等多个主体的多项权利,因此还需要对版权链进行审核。”法天使高级法律顾问陈政表示,一般来说,如果这项权利几经交易,就要向前查验版权链上各个权利人是否经过前手权利人的授权,其交易步骤是否完整,权利人是否有权处分该作品著作权,确保作品著作权沿革情况完整。同时,作品在实务中的使用往往较为复杂,常常需要邻接权人、关联作品作者的相关授权等。如果使用者未经相关权利人的许可授权使用作品,则可能侵犯他人知识产权等,影响作品的开发利用。



法律干线

民商事裁判若干问题讲座在湖北举办

本报讯 贾仲华中讲坛第九期“民商事裁判若干问题”专题讲座日前在武汉举办。来自湖北省及周边省份的企业法务、法官、学者和律师近200人参加了现场讲座,万余名观众在线上参加讲座。

社科院学部委员、法学所研究员梁慧星围绕民商事裁判中的重要问题,分别就民法中的规避行为、对当事人合同内容审查等主题进行了民法理论阐述和各国司法

实务观点的总结,同时结合让与担保、融资性贸易、对赌协议、合同诚实信用等专题的最高院判例与有关审判纪要精神剖析了问题中的逻辑推理关系。

讲座上,梁慧星还就仲裁庭如何审查相关无效合同提供了建议,为民商事裁判研习者和法律实务人士提供了权威的民法解读方法指引和多维视角。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)

小米商标申请再被驳回

本报讯 小米科技与国家知识产权局二审行政判决书日前公开,法院认为,诉争商标“米家 mijia”与引证商标均含有“米家”,在文字构成、呼叫、含义等方面相近,诉争商标整体未形成明显区别于引证商标的其他含义及特征,容易使相关公众产生混淆误认。最终判决结果为:驳回上诉,维持原判。

米家(MIJIA)品牌成立于2016年3月29日,专门承载小米智能家居供应链产品,其凭借性价比优质的特性深受“米粉”青睐。近年来,米家逐渐在市场上站稳脚跟,但其商标成为让人头疼的问题。

据了解,小米的“米家 mijia”商标是在2018年1月10日才申请注册的,而在小米申请之前,已经有两家公司使用了“米家”中文商标,这两家公司分别是在2015年

注册的“米家互动”商标和2016年注册的“MIKA 米家”商标,前者公司为深圳市米家互动网络科技有限公司,后者为杭州联安安防工程有限公司。

失去了商标优先权的优势,小米的商标注册之路才显得这般艰难。不过,这也不代表米家就要被迫改名,只是“米家 mijia”商标暂未获得支持,但是米家、mijia等单独的商标依然可以使用。

除了“米家 mijia”外,小米在商标保护上常碰壁,其与“米家”商标亦纠纷已久。早前,小米公司还曾因“米家”商标侵权纠纷案被判赔偿数百万元。

具体而言,2019年12月30日,杭州联安以小米公司及其关联公司侵犯其“MIKA 米家”商标专用权为由,主张7800万元的赔偿。(王悦)



制图 耿晓倩

国家药监局日前发布《儿童化妆品监督管理规定》,这是我国首个专门针对儿童化妆品的监管法规文件。该规定自2022年1月1日起施行。(张欣)

网络版权治理助力数字经济发展

2021 首届数字化社会论坛于日前举办,论坛上发布了《“十三五”中国网络版权治理白皮书》。白皮书指出,“十三五”时期是我国由知识产权大国向知识产权强国迈进的战略机遇期,我国经济发展进入新常态,网络版权成为文化生产要素向现实生产力转化的重要桥梁和纽带。在新一轮科技革命、产业变革突破爆发的历史交汇期,我国互联网行业实现跨越式发展,新一代信息技术大规模应用,数字经济与实体经济全面融合,带动内容产品形态和传播方式变革,也向传统的版权治理体系提出挑战。

当前,我国网络版权治理理念由追求数量向提高质量转变。中国信息通信研究院知识产权中心政策法律研究部主任毕春丽介绍,党中央、国务院充分认识知识产权保护工作的重要性,强调知识产权对高质量发展的创新引领作用,高度重视高水平保护对营商环

境的优化作用,知识产权战略地位不断提升。

“在顶层设计上,我国对知识产权认识更加科学、深化,对知识产权工作的引导不断符合技术发展规律和知识产权发展的内生性需求。我国深度参与全球知识产权治理,主动作为,传播中国智慧,谋求建立更加公正、更加合理的知识产权国际秩序。”毕春丽表示。

白皮书还指出,如今,司法审判专业化趋势逐渐显现,为版权专业化治理提供组织保障。跨地区、跨部门协同工作机制进一步完善,优化监管资源整合配置。区块链、智能算法、云计算等技术措施融入版权保护工作,推进网络盗版问题的全链条治理。

此外,以“政策与法律为引领、以政府治理与司法保护为保障、以社会共治为重要组成部分”的网络版权治理格局逐步形成,多种路径优势互补,形成治理合力。白皮书指出,“十三五”时期在立法层面,

建立起较为完备的版权法律制度体系,既适应市场经济要求又体现新技术发展。在司法层面,主动适应互联网发展趋势,探索新类型案件的审判规则,助推网络空间法治化。在行政层面,“剑网行动”成效显著,执法机关将主动监管与重点监管有效结合,灵活使用多种监管方式,引导热点领域规范发展。在社会层面,非政府主体承担越来越多的版权治理职能,逐渐形成市场机制与社群参与的多元治理模式,在版权治理中发挥重要作用。

毕春丽表示,我国网络版权治理成效显著,产业规模持续扩张,用户付费意识提升,网络版权在数字贸易中的影响力不断扩大,成为中国文化走出去的重要助力。展望未来,需要在网络版权价值转移转化机制、多元主体中权利义务设计和利益分配,重塑国际版权治理规则体系等方面提升治理能力,努力建设具有中国特色的网络版权治理体系。(穆青凤)

欧盟将对英伟达收购 Arm 交易进行反垄断调查

本报讯 据外媒报道,三位知情人士透露,美国芯片巨头英伟达拟斥资 540 亿美元收购英国芯片设计公司 Arm 的交易即将迎来欧盟反垄断调查。

欧盟的调查将是英伟达收购交易遭遇的第二个挫折。两个月前,英国反垄断监管机构警告称,英伟达收购英国最重要的科技公司可能损害竞争,削弱对手竞争力,需要进行深入调查。该监管机构表示,如果交易继续进行,合并后的实体可能会减少全球数据中心、游戏、物联网和自动驾驶汽车等领域的竞争,并扼杀创新。

知情人士称,欧盟委员会定于 10 月 27 日结束初步审查,随后将对交易进行为期 4 个月的调查。欧盟委员会发言人拒绝置评。英伟达表示:“监管审核过程是保密的。这笔交易将有助于 Arm 转型,促进竞争和创新。”

知情人士称,作为全球最大的图形和人工智能芯片制造商,英伟达已向欧盟委员会提供“行为补救措施”,但没有提供细节。这种补救措施通常是指公司承诺采取旨在保护竞争的举措。

英伟达此前曾表示,将维持 Arm 作为中立技术供应商的地位,以缓解高通、三星电子和苹果等客户的担忧。知情人士还称,欧盟反垄断执法机构没有就这些让步情况征求竞争对手和客户的反馈,这表明这些让步还不够。这笔交易的支持者有包括 Arm 的客户博通、联发科以及 Marvell 等。

英伟达此前预计,收购交易有望在 18 个月内完成。然而,英伟达首席执行官黄仁勋在 8 月份承认,这可能比预期稍长的时间。Arm 目前的所有者软银同意英伟达的意见,认为此次收购应在 2022 年底前完成。(小小)

贸易预警

墨西哥对华墙砖和地砖启动反倾销调查

墨西哥经济部日前在官方公报发布公告,应墨西哥企业于 2021 年 9 月 7 日提交的申请,对原产于或进口自中国的墙面瓷砖和地面瓷砖启动第一次反倾销日落复审立案调查。本案倾销调查期为 2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日,损害调查期为 2016 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日。本案调查期间,墨西哥经济部于 2016 年 10 月 24 日确定的反倾销措施持续有效,包括中国商会需自 2017 年 1 月起继续在每季度结束后的 20 个工作日内向墨西哥经济部提交关于中国的墙面瓷砖和地面瓷砖出口情况报告。公告自发布次日起生效。

阿根廷对华径向滚珠轴承启动反倾销调查

阿根廷生产发展部日前发布公告,应阿根廷企业提交的申请,对原产于中国的外径介于 30 毫米和 120 毫米之间、非 RST 型的径向滚珠轴承启动第四次反倾销日落复审立案调查。调查期间,现行反倾销措施持续有效。公告自发布之日起生效。

印度对进口异丙醇作出保障措施终裁

印度商工部发布公告,对进口异丙醇作出保障措施肯定性终裁,建议自 2021 年 9 月 30 日起对涉案产品以配额形式实施为期两年的保障措施,配额按季度发放。2019 年 11 月 4 日,印度商工部发布公告称,应印度企业提交的申请,对进口异丙醇启动保障措施立案调查。

欧盟对华平轧铝材产品作出反倾销终裁

欧盟委员会发布公告,对原产于中国的平轧铝材产品作出反倾销肯定性终裁,对中国企业征收的反倾销税率为 14.3% 至 24.6%。本反倾销措施将暂缓 9 个月实施。本案倾销和损害调查期为 2019 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日,损害分析期为 2017 年 1 月 1 日至倾销和损害调查期结束。(本报综合报道)

中欧地标产品:搭上合作共赢的“国际快车”

“中欧地理标志协定签署产生了重要的示范效应,再次证明互利共赢是中欧关系的本质,满足双方民众的期待和需求是中欧的共同责任和目标。”中国驻欧盟使团团长、特命全权大使张明不久前发表视频讲话指出,这一协定为中欧双方高品质的地理标志产品进入彼此市场提供了全面有效的保护与推广,也为中欧人民追求美好生活提供了更多选项。

去年 9 月 14 日,中欧双方签署《中华人民共和国政府与欧洲联盟地理标志保护与合作协定》以来,双方相向而行,携手共进,合力应对协定落实过程中的机遇与挑战,在持续深化清单产品互认互保的基础上,让地理标志产品搭上了公平互惠、合作共赢的“国际快车”,驶向更为广阔的全球市场。

据了解,截至目前,中欧双方通过单独申请、互认试点和协定互保

等模式,累计实现 110 个中国地理标志在欧保护,134 个欧盟地理标志在华保护,中国和欧盟地理标志的国际影响力进一步扩大。

合则两利,通则双赢。凝聚共识是画好双边合作同心圆的重要基石。中欧地理标志协定签署以来,中国和欧盟以互认互保为手段,为地理标志产业发展营造了良好的营商环境,共同推动地理标志产品在双方市场上得到高水平保护,双边经贸合作不断走深、走实。

“中欧地理标志协定的签署,是中欧双方知识产权领域深化合作的结果,也是双方加强国际经贸往来的标志性成果。协定的签署,为双方地理标志产品进入对方市场搭建了便捷高效的平台,必将成为双方国际贸易的新增长点。”南京理工大学知识产权学院副教授、江苏商标品牌研究中心主任徐升权表示,一方面,欧洲是地理标志

制度的发源地,也是全球实施地理标志保护的重点区域,中欧地理标志协定的签署,为中国地理标志在欧盟获得同等严保护提供了有力保障,另一方面,中国地理标志制度发展快速,实现地理标志同保护是中国作为负责任大国对全球的承诺,协定的签署展现了中国履行承诺的决心和实际行动,为欧盟地理标志在中国获得同保护提供了明确依据。

以合作为基,促产业升级。农产品是中欧地理标志协定清单产品的重头,因而开展农业贸易合作对于深化中欧双方地理标志产业发展具有深远意义。“与中国开展农业合作,对欧盟来说至关重要。”负责农业事务的欧盟委员会委员雅努什·沃伊切霍夫斯基表示,近年来,中欧双方在农业科技、地理标志等领域交流频繁。2020 年,中欧农产品贸易在新冠疫情冲击下

仍保持快速增长势头,贸易规模达到 300 亿美元。中欧地理标志协定在给生产者带来更多经济效益的同时,也在促进地区经济发展等方面起着积极作用。“自协定签署并生效以来,我们一直与中方共同努力,确保协定充分有效落实。我们已与中方相关机构组织了多场交流活动,分享推广地理标志方面的专业知识。”他说。

与国际接轨,为保护铺路。今年 5 月,国家市场监督管理总局、国家知识产权局联合印发《关于进一

步加强地理标志保护的指导意见》,明确了地理标志保护和管理的政策框架,以“严、大、快、同”理念进一步提升地理标志保护水平。意见提出构建地理标志协同保护工作格局,其中涵盖了鼓励在中国获得保护的国外地理标志产品在华经销商使用中国地理标志官方标志、指导互认互保清单中方产品在海外市场使用外方地理标志官方标志,完善国外地理标志产品在华保护以及我国地理标志产品在海外保护年度报告制度等具体措施。(薛佩雯)

服務四海 誠信天下



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

