

2023中国—东北亚法律论坛将在长春举办

法商融合 赋能东北亚新发展

■ 本报记者 毛雯

由中国贸促会、吉林省人民政府与国际商事争端预防与解决组织共同主办的2023中国—东北亚法律论坛,作为第十四届中国—东北亚博览会项下的重要论坛活动之一,将于8月22日在长春举办。本届东北亚法律论坛以“法商融合赋能东北亚新发展”为主题,拟邀请东北亚国家及国内相关商协会代表、法律机构代表、业界专家学者、企业法务人员参会,围绕“法商融合共建高质量法务聚集区”和“企业合规的国际视野及风险应对”两项议题展开研究探讨和对话交流。

中国贸促会法律部副巡视员李

薇表示,法务区建设是贯彻落实习近平总书记“法治是最好的营商环境”重要指示精神和探索中国式法律服务聚集区与法律产业现代化的一项创新举措。本次论坛首次召集各法务区负责人齐亮相,助力法务区建设与发展。在全球经济发展放缓的大趋势下,经济波动加剧,法律服务需求激增。法务区是将多个类型的大量法律组织集中于一个核心承载区,可为工商企业提供“一站式”的法律服务,从而显著降低企业的法律服务成本,提升法律工作的效率和品质。经初步发展,中国已经形成了四川天府、福建海丝、吉林

长春、陕西西安、前海深港等多个法律服务聚集区,并且累积了宝贵的中国特色经验。

据悉,本届论坛围绕“法商融合共建高质量法务聚集区”这一议题,首次在全国范围内召集举办法务区工作研讨活动,邀请多个法务区的相关负责人交流经验,分享见解,推进全国法务区深入务实合作,打造现代化国际化法治高地,推动法治成为经济发展的核心竞争力。

与此同时,本届论坛顺应国际形势,聚焦企业合规。企业合规,是指企业立足自身实际情况,结合刑法、行政法、民法等法律法规以及

国际规则建立起能够有效防范违法犯罪的经营管理体系。现代化企业经营管理的核心内容就是构建有效的合规管理体系,从而防范和抵御企业经营发展过程中的各种法律风险,提高企业的抗风险能力和市场竞争力。

从国内看,国家高度重视企业合规建设,各部委密集发布了一系列文件,企业合规改革正在全国范围内展开;从国际看,国际交易活跃性的提升使得市场环境更具有不确定性,境外国家的法律风险成为中国企业必须克服的障碍。随着新的国际经贸规则与全球企业竞争规则

逐渐形成,合规成为企业风险管理的重要一环,全球化企业合规管理都在纵深发展。本届论坛以“企业合规的国际视野及风险应对”为议题,探讨在国际化背景下,企业如何制定和执行合规计划,以应对多元化的法律风险。

“希望本届法律论坛能够凝聚共识,汇聚智慧,助力东北亚各国跨境贸易和商业活动的蓬勃发展,促进东北亚各国商事法律的交流与合作,促进东北亚跨境企业的合规发展,完善共建东北亚地区法治保障体系,加快打造市场化、法治化、国际化一流营商环境。”李薇说。

贸易预警

澳大利亚修改对涉华镀锌板日落复审终裁结果

澳大利亚反倾销委员会日前发布备忘录称,修改其于2023年6月30日发布的公告关于对进口自中国大陆、中国台湾地区和韩国的镀锌板第二次反倾销日落复审终裁措施实施日期、对中国大陆涉案产品第二次反补贴日落复审终裁措施实施日期,由2023年8月8日改为2023年8月6日。

土耳其对华日用陶瓷产品反倾销措施到期

土耳其贸易部近日发布公告称,原产于中国的日用陶瓷产品反倾销税已于2023年3月3日到期。2016年9月24日,土耳其经济部对原产于中国的日用陶瓷产品启动反倾销调查。2018年3月3日,土耳其原经济部发布第2018/6号公告,对该案作出肯定性终裁,开始对中国涉案企业基于CIF价格征收8%的反倾销税。

阿根廷对华合成纤维经编针织物作出反倾销初裁

阿根廷经济部日前发布公告,对原产于中国的合成纤维经编针织物作出反倾销初裁,初步裁定不征收临时反倾销税,继续进行反倾销调查。涉案产品包括宽度不超过30厘米,按重量计弹性纱线含量大于等于5%的合成纤维经编针织布,以及按重量计弹性纱线含量大于等于5%的有一条或两条非直线边的合成纤维缎带。公告自发布之日起生效。(本报综合报道)

『特斯拉啤酒』被判商标侵权

特斯拉诉“特斯拉啤酒”商标侵权一案判决结果日前公布,法院认定特斯拉系列商标为驰名商标,判处被告中饮食品有限公司(“特斯拉啤酒”)立即停止对特斯拉系列商标专用权的侵害,停止不正当竞争行为,向特斯拉赔偿人民币500万元,并在报刊上发表公开声明以消除影响。后“特斯拉啤酒”提起上诉,二审法院维持原判。

2019年开始,一系列名为特斯拉苏打酒、特斯拉啤酒的酒精饮品开始在市面上流通,商标为T型标志,且宣传中常包含“美国预调酒先驱品牌”“国际顶尖品牌”等字样,宣传图中甚至有特斯拉Model X车型出镜。据了解,中饮食品目前共计申请223件商标,其中多数与“特斯拉”相关。其中包括“TESILA”“特斯拉金质”“特斯拉臻品”“特丝拉”等50多个相关商标。

特斯拉发现后,对该公司提起了诉讼。特斯拉中国方面指出,作为电动汽车行业的领头羊,特斯拉在全球范围内都具有极高的知名度,进入中国后也快速被大众所熟知。此次判决中,特斯拉系列商标被法院认定为“驰名商标”,故“特斯拉啤酒”的行为是在不正当地利用特斯拉长期积累的商誉来进行市场竞争,宣传中反复利用特斯拉汽车与名号来误导消费者,存在主观恶意,构成商标侵权。

为何中饮食品已经成功注册了相关商标,仍然属于侵权?中普律师事务所律师李兴告诉记者,如果其相关商标是在特斯拉公司之后注册的,那么特斯拉公司可以侵权驰名商标为由申请这类商标无效。同时,商标专用权的取得并不代表可任意处置注册商标,中饮食品只能将申请的商标使用在被核定的商品或服务上,且不能任意闲置注册商标,否则特斯拉有权申请撤销该注册商标。

天眼查信息显示,中饮食品截至目前共计申请了221件商标,其中与“特斯拉”相关的商标有39个,商标类别涵盖食品、饮料、广告销售等多个门类。其中“特斯拉臻品”和“特斯拉TOSILA”等17个商标显示注册成功,其余商标状态多为“无效”或“驳回复查中”,另有部分商标显示为“资质审查中”。记者观察到,其中并没有与大众熟悉特斯拉汽车上的T形相近的商标。

“碰瓷特斯拉这种广为人知的品牌显然弊大于利,这类企业非常重视知识产权维权,中饮食品不仅面临巨额赔偿,也将无法继续使用该商标生产相关产品。”李兴表示,除了生产商外,特斯拉也有权对销售者主张侵权责任。因此,销售者也要重视商品的知识产权问题,注意识别碰瓷产品,以保护商标权人和消费者的合法权益。

(穆青凡)

走出去企业海外打官司主题沙龙活动在南京举办

本报讯 中国国际经济贸易仲裁委员会江苏仲裁中心联合江苏省国际商事法律服务中心和江苏省企业法制工作协会近日在南京举办了“涉外法治圆桌汇——走出去企业海外打官司”主题沙龙活动。

贸仲江苏中心副秘书长汤寅宏从贸仲的国际地位、全球布局、专家资源和平台建设等方面向与会者介绍了贸仲及贸仲江苏中心的发展,并重点分享了贸仲仲裁裁决执行的情况。他希望通过本次活动能为中国走出去的企业提供宝贵的国际仲裁实战经验,解决企业境外应诉、海外维权等现实问题和困惑,为企业参与国际仲裁提供指引,提升企业跨境争议解决和风险防范能力。

贸仲仲裁员、国浩律师(南京)事务所合伙人陈发云结合其多年来办理的具有代表性的国际仲裁案件经历,就国际仲裁中如何处理被动应诉和主动进攻的关系、如何参与具体应诉和启动仲裁工作、如何进行成本预算和费用管理等问题进行了深入解读。他表示,企业在参与国际仲裁案件时,要在全面尽调的基础上,客观评估案件风险,制定具体应诉思路与策略,从而主导话语权。同时,还要善于组建中外律师团队,做好合作分工,合理控制成本。

欧华国际律师事务所伦敦办公室总监鲁珏隽表示,进行国际仲裁案件评估,除了要考虑法律和专业技术因素外,更要考虑争议双方长期商业合作关系等商业因素,把握和解解决双方争议的时间节点和提出方式,合理制定和解方案。

其礼律师事务所律师伦敦办公室执业律师汪润萌表示,为了实现有效解决争议的目的,律师和当事人应分析裁决执行风险,结合案件自身性质和特点,调整诉讼和仲裁策略。

国浩律师(南京)事务所律师陈喆表示,处理国际商事争议解决是一项系统工程,需要律师团队之间、律师团队和当事人之间加强沟通合作,集思广益。境内律师在国内法查明、出具专家意见、协助境外律师完成证据开示和文件交换等方面发挥积极作用。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)



制图 耿晓倩

上海知识产权法院近日对素湃科技(上海)有限公司起诉深圳减字科技有限公司(旗下有“蕉下”等品牌)侵犯商标权案作出终审判决,认定减字公司在其防晒衣等产品上使用“全波段防晒”是对商品功能的描述性正当使用,未侵犯素湃公司“全波段”注册商标专用权。

网络侵权新规印发企业受保障

■ 本报记者 钱颜

为更好维护保障企业和企业家网络合法权益,建立“优化营商环境”长效机制,中央网信办近日印发《网络平台受理处置涉网网络侵权信息举报工作规范》(以下简称《规范》)。《规范》指出,网络平台应当按照依法依规、分级分类、限时办结的原则,快速准确受理处置涉网网络侵权信息举报。

《规范》明确,网络平台应当重点受理处置以下涉网网络侵权信息举报:混淆企业主体身份的仿冒性信息;影响公众公正评判的误导性信息;不符合企业客观实际的谣言性信息;贬损丑化企业或企业家的侮辱性信息;侵害企业家个人隐私的泄密性信息;其他恶意干扰企业正常经营发展的信息。

《规范》要求,针对事实清楚、举证充分的涉网网络侵权信息举报,网络平台应当采取删除或同等效果的

处置措施。网络平台及相关从业人员不得滥用举报处置权利,严禁实施有偿删帖、人情删帖等违法违规行为,严禁利用举报处置权利谋取不正当利益。网络平台应当建立健全规章制度,严格工作流程,规范层级把关,强化内部监督,确保依法依规受理处置涉网网络侵权信息举报。

营商环境是企业营商环境的重要组成部分。据国家网信办有关负责人介绍,近年来,网上针对企业和企业家,特别是针对民营企业和民营企业家的各类虚假不实信息时有出现,损害企业品牌形象,侵害企业家合法权益,甚至影响了企业的正常生产经营,导致企业蒙受经济损失,企业家遭受名誉侵害。

段和段律师事务所律师陈颖告诉记者,如果自媒体从业者借社会热点事件编造传播网络谣言,诋毁企业品

牌形象,或收取费用恶意编造传播虚假信息“蹭热度”“带节奏”,并达到扰乱网络空间和社会公共秩序的程度,不仅涉嫌违反《网络安全法》《治安管理处罚法》有关规定,情节严重的还可能构成编造传播虚假信息罪、寻衅滋事罪、敲诈勒索罪等犯罪。《规范》的实施强调了平台的责任,网络服务提供者被侵权人涉网网络侵权信息举报后,应及时采取必要措施,包括删除、屏蔽、断开链接等。如接到通知后未及时采取必要措施,对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。

此前,人民法院通过“积极推进涉案企业合规改革”,强调运用禁令,及时制止造谣中伤民营企业和企业家的侵权行为来依法保护民营企业产权和企业家权益。并强调,针对民营企业内部人员犯罪,损害企业合法权益,影响企业创新发展的情形,需要兼顾内

部治理与外部生产经营活动运行。《规范》提出,网络平台受理涉股东、高管、子公司、业务合作伙伴等企业利益相关方的网络侵权信息举报,研判认为有必要采取相应处置措施的,应当报请省级网信部门审核。对重大事项,报中央网信办相关司局审核。

记者观察到,新浪微博、微信、今日头条、知乎等多家知名网络平台已经开设“涉企虚假不实信息举报专区”,为用户提供了明晰的举报指引,以更好地推动涉企虚假不实信息和侵犯企业家权益信息内容的治理,营造文明健康的网络环境,维护良好的平台秩序。

“平台应合法合规履行主体责任,为广大用户营造健康、绿色的上网环境,共同护航民营企业正当经营,维护正当市场秩序,营造健康的网络空间。”陈颖说。

美国专利许可中的反垄断考量

■ 杨国旭

定的客户或特定的使用领域制造和销售产品。但此类权利受到“首次销售”或“权利用尽”原则的限制,根据美国专利法,授予被许可人制造受专利保护的物品的权利的专利权人失去了对该物品的控制,并且不能根据专利法主张对该物品施加进一步限制的权利。从最初购买者那里购买该物品的后续购买者如果无视对最初购买者施加的限制,也不构成专利侵权。

限制被许可人经营专利范围之外的产品的能力,这种“禁忌”主要涵盖许可人要求被许可人同意不交易与许可人相竞争的产品或服务其他人的商品,作为获得专利许可条件的一部分。用反垄断术语来说,称为“独家交易”的承诺。需要根据反垄断法的合理规则进行评估。只有当许可人的竞争对手大量丧失机会时,才可能被视为排斥竞争。考虑的因素包括:许可人拥有足够的市场支配力,使其有能力实施限制;接受独家交易义务的企业是否构成消费市场的重要组成部分;独家交易的期限。

向被许可人承诺许可人不会授予进一步的许可,这项禁忌涉及许可方不再授予进一步许可的协议。实际上,专利许可方这样做就是告诉被许可方,在该专利技术方面其不会遇到其他竞争。此类独家许可协议一般并不存在反垄断方面的问题。法院在进行反垄断审查时主要考量许可方是否具有市场支配力。

强制“一揽子”许可,有点类似于在第一个禁忌中讨论过的搭售行为。

但一揽子许可并不是将产品与专利许可捆绑在一起,而是将多个专利许可合并到一起进行一揽子许可。根据美国的在先判例,只有在存在胁迫、存在单独的可分割知识产权、许可人在所需知识产权方面拥有市场支配力的情况下,根据合理分析规则,以及有证据表明竞争受到损害,这种捆绑才是非法的。其后果是在市场中排除竞争对手。

附加与被许可人的销售不合理相关的许可使用费条款这一禁忌涵盖了多年来美国法院认为在反垄断法下存在问题的一些做法,特别是要求对无专利或专利被发现是无效的商品支付许可使用费;无论是否包含在专利范围内,要求根据产量支付许可使用费;即使在专利到期后仍要求使用;其他旨在扩大专利范围的各种许可使用费条款。



中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE



贸促专商微信公众号

广告