

“618”网络集中促销合规提示发布

■ 本报记者 钱颜

国家市场监督管理总局日前向综合电商、直播电商、跨境电商等平台企业发布《“618”网络集中促销合规提示》(以下简称《合规提示》),要求规范促销经营行为,保护消费者合法权益。

在规范促销经营行为方面,《合规提示》要求围绕促销工具、折扣展示、优惠发放、结算支付等关键环节,优化促销规则;强化对平台内主播及其经营活动的审核监测,重点把控直播商品的质量,强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关;严格防范经营假冒伪劣商品,严格禁止销售违法违禁商品,严厉打击违法销售危害未成年人身心健康的商品、“专供”“特供”“内供”商品以及茶叶、粽子过度包装等行为。

在落实平台主体责任方面,《合规提示》要求切实落实平台审核核验义务,督促平台内经营者亮照、亮证、亮标经营,确保经营者主体信息真实有效,提升线上经营行为透明度;严格禁止“二选一”等违法行为,公平参与市场竞争。采取积极措施防止平台内虚假交易、刷单炒信、虚假宣传等违法行为发生;完善广告业务登记、审核、档案管理,重点规范医疗美容、明星代言等广告行为,有效拦截虚假违法广告;加强知识产权保护,完善商品质量管理制度和措施,严格执行问题商品处置规则,对销售假冒伪劣商品及其经营者及时采取禁限措施。

在畅通消费者投诉举报渠道方面,《合规提示》要求及时受理、高效处理投

诉举报,积极协助消费者维护合法权益。督促平台内经营者遵守网络购物七日无理由退货、网络购物“三包”等规定。“618”期间,广大消费者应当理性消费,提高维权意识,遇到违法行为及时向市场监管部门或有关主管部门投诉举报,依法维护自身合法权益。

中普律师事务所律师王琪告诉《中国贸易报》记者,《合规提示》帮助电商平台和企业加强合规管理,自觉规范自身经营行为,共同营造公平有序的网络市场环境和安全放心的消费环境。对于电商平台来说,要加强对平台内经营者的管理,引导平台内经营者诚信经营,不先涨价再打折,借机以次充好,以假充真。一旦发现违法违规问题及时向所在地县级以上

市场监管部门报告,形成平台自治与政府监管的良性互动,共同引导平台内经营者提高守法经营意识。对于电商企业来说,避免利用格式条款侵害消费者合法权益,不侵犯他人知识产权、销售假冒伪劣商品,不限制、排斥竞争,规范有序开展促销活动,不虚假宣传、恶意炒作、违法违规营销,以低俗内容博眼球,如遭到投诉应及时下架或删除违法违规产品链接,避免不正当竞争。

北京丹华盛管理咨询有限公司首席合规专家丁继华表示,行业协会可以发布行业公约,积极规范行业合规发展,号召电商企业与主播等共同发布合规承诺等活动。同时,电商平台利用人工智能、大数据等建立审查系

统,对流量造假、价格异常、评价异常等行为进行实时在线监控。并加强对主播的合规培训,通过网络渠道、微信群等方式向主播发送促销合规规范提醒,告知违规处罚,减少直播营销风险。

“除了合规提示外,严格的法治措施将起到有效的监管作用。相关部门可以协同互联网管理部门,运用大数据和人工智能等手段,对‘618’期间的带货、营销行为进行审核,把有可能误导消费者、虚假宣传的内容第一时间拦截、屏蔽,降低消费者权益损害的可能性。同时,对借‘618’活动进行的特定违法行为,应严格按照法律进行处理,让消费者放心、安心购物。”王琪说。



制图 耿晓倩

来自美国的太阳专利信托公司日前宣布,其已在法国和印度起诉中国智能手机制造商小米公司,声称小米侵犯了其与LTE-A技术相关的标准必要专利。

(孙宇)

贸易预警

美对橡胶磁发起“双反”调查

美国商务部近日发布公告,对进口自中国大陆的未加工橡胶磁发起第三次反倾销和反补贴日落复审调查,同时对进口自中国台湾地区的未加工橡胶磁发起第三次反倾销日落复审调查。与此同时,美国国际贸易委员会对此案发起第三次反倾销和反补贴日落复审产业损害调查,审查若取消现行反倾销和反补贴措施,在合理可预见期间内,涉案产品的进口对美国国内产业构成的实质性损害是否将继续或再度发生。利益相关方应于2024年7月3日前向美国国际贸易委员会提交回复意见,并最晚于2024年8月9日就该案回复意见的充分性向美国国际贸易委员会提交评述意见。

美对石英台面发起“双反”调查

美国商务部日前发布公告,对进口自中国的石英台面产品发起第一次反倾销和反补贴日落复审调查。与此同时,美国国际贸易委员会对上述涉案产品启动第一次反倾销和反补贴日落复审产业损害调查,审查若取消现行反倾销和反补贴措施,在合理可预见期间内,涉案产品的进口对美国国内产业构成的实质性损害是否将继续或再度发生。利益相关方应于2024年7月3日前向美国国际贸易委员会提交回复意见,并最晚于2024年8月9日就该案回复意见的充分性向美国国际贸易委员会提交评述意见。

印度对氯化聚氯乙烯作出反倾销终裁

印度工商部近日发布公告,对原产于或进口自中国和韩国的无论是否进一步加工成聚合物的氯化聚氯乙烯作出第一次反倾销日落复审肯定性终裁,建议继续对上述国家的涉案产品征收为期5年的反倾销税,其中中国的氯化聚氯乙烯树脂为790美元/吨、氯化聚氯乙烯聚合物为605美元/吨,韩国的氯化聚氯乙烯树脂为593美元/吨、氯化聚氯乙烯聚合物为792美元/吨。

欧盟对不锈钢无缝钢管作出反倾销终裁

欧盟委员会日前发布公告称,对原产于中国的不锈钢无缝钢管作出第二次反倾销日落复审终裁,裁定若取消反倾销措施,涉案产品的倾销以及该倾销对欧盟产业造成的损害会继续或再度发生,因此决定继续维持对中国涉案产品的反倾销税,反倾销税率为48.6%至71.9%。(本报综合报道)

微短剧管理新规正式实施生效

本报讯 据中国网络视听节目服务协会消息,微短剧管理新规于日前正式实施生效,未经审核且备案的微短剧不得上网传播。新规要求落实行业监管责任、属地管理责任、平台主体责任,对微短剧实行“分类分层审核”,总投资额达到100万元及以上的“重点微短剧”由国家广电总局统一备案公示管理;总投资额在30万元(含)至100万元之间且非重点推荐的“普通微短剧”由省广电部门进行规划备案审核和完成片审查;总投资额低于30万元且非重点推荐的“其他微短剧”由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行内容管理的职责,负责内容审核把关与版权核定。

艾媒咨询数据显示,2023年中国微短剧市场规模达到373.9亿元,同比增长267.65%。预计2024年中国微短剧市场规模或能达到500亿元,2027年有望达到1000亿元,市场潜力巨大。北京大学融媒体中心音视频办主任、副研究员吕帆对此表示,站在“风口”上的微短剧需要热潮中的冷思考。在野蛮生长之后,提质增效已成为微短剧行业共识,而此次内容审核细则便是将内容高质量发展与行业健康生态深度结合的有力举措和有效引导。

微信微短剧小程序运营负责人艾韦迅表示,微短剧“分类分层审核”备案规定的出台,紧密贴合行业发展的实际

情况,标志着微短剧行业将进入精细化管理的新阶段,新规将有助于规范行业市场秩序,引导创作者更加注重微短剧内容质量提升和精品化创作,推动微短剧产业高质量发展。

“微短剧管理新规定设立了清晰的机制和标准,不仅能够提高行政管理的效率和效果,还能在源头上确保内容生产的质量,避免低俗、有害内容的传播,极大地推动微短剧行业向高质量方向迈进。”北京师范大学艺术与传媒学院副院长杨乘虎表示,分类审核是推动微短剧高质量发展的创新之举,将夯实主体责任、提高审核效率,有利于培育微短剧新质生产力,促进微短剧有序发展、良性发展。(穆青风)

华为发起侵权诉讼索赔75万元

■ 李焱

华为技术有限公司(以下简称“华为公司”)日前通过法律途径对高某、李某提起侵害商标权及不正当竞争诉讼。天眼查App显示,北京市海淀区人民法院已向两位被告公告送达了起诉状副本及开庭传票。

公告内容显示,华为公司指控高某、李某实施了侵害其“华为”商标专用权的行为,并进行了不正当竞争。华为公司请求法院判令两位被告立即停止侵权行为,同时停止任何可能引起消费者误认

为其商品与华为存在特定联系的行为。此外,华为公司还要求高某、李某赔偿经济损失及合理维权费用共计75万元。

该案的诉讼程序已正式启动,自公告之日起经过30日即视为送达。被告需在公告送达期满后15日内提交答辩状,举证期限为公告送达期满后30日内。

此次诉讼并非华为公司首次就商标权纠纷提起诉讼。今年1月份,上海市金山区人民法院就华为公司与被告韩迈化妆品(上海)有限公司、暨奢服饰

(上海)有限公司、李某红侵害商标权纠纷案作出一审判决。

在该案中,华为公司指控被告暨奢公司在天猫平台上经营店铺“库巴洛旗舰店”,并在店铺内销售多款产品时使用了“华为”文字作为宣传名称。然而,这些产品实际品牌并非华为。法院最终认定被告韩迈公司、暨奢公司侵害了华为公司商标的注册商标专用权,并适用了惩罚性赔偿,支持了华为公司主张的1000万元经济损失。

“家家宜”与“家家清”法庭对峙

■ 王国浩

一个是“家家宜”洁净熏香洗衣粉,另一个是“家家清”洁熏香洗衣粉。二者只有一字之差,而且包装、装潢的整体视觉效果十分相似,却分别为广东与云南两地不存在关联的洗涤用品公司生产的产品。围绕着商标标识与包装、装潢是否近似,双方展开了一场商标侵权及不正当竞争纠纷。

近日,双方纠纷有了新进展。云南省高级人民法院支持了东莞市家家宜洗涤用品有限公司(以下简称“家家宜公司”)的上诉请求,判令云南金板桥洗涤用品有限公司(以下简称“金板桥公司”)、安宁威力洗涤用品有限公司(以下简称“威力公司”)停止生产、销售与“家家宜”“家家清”“家家宜”包装、装潢近似的“家家宜”“家家清”“家家宜”商品,并共同赔偿家家宜公司经济损失及维权合理费用共计15万元。

家家宜公司表示,其关联主体东莞市立顿洗涤用品实业有限公司于1998年便在洗衣粉等商品上申请注册“家家宜”商标,并围绕“家家宜”申请注册了多件商标。这起案件中,家家宜公司主张权利的商标

为“家家宜JiaJiaYi”商标、“家家宜及图”商标等(以下统称涉案商标)。2021年家家宜公司获得许可使用涉案商标,并拥有独立维权的权利。

赵某是威力公司的法定代表人,同时系金板桥公司的股东。2010年12月与2015年5月,赵某先后获准注册“家家清”商标与“家家清及图”商标,均核定使用在洗衣粉、洗洁精等第三类商品上。2017年1月,赵某将这两件商标转让给了浦某某。

2016年1月,浦某某委托赵某与威力公司签订了一份委托加工生产合同,威力公司代加工生产自有品牌“家家清”“家家宜”的洗衣粉、洗洁精。威力公司按照上述合同于2021年开始加工生产“家家清”洗衣粉,由浦某某自己对外进行销售。威力公司生产的“家家清”洗衣粉外包装上载明的生产商为金板桥公司和威力公司。

家家宜公司主张,“家家宜”属于已经注册并具有一定影响力的商标,金板桥公司和威力公司在其生产的商品上使用与近似的“家家宜”标识,而且云南区域内销售的“家家

清”洗衣粉产品价格比“家家宜”同类产品低三分之一左右,销售“家家清”洗衣粉的百货超市涉及云南省普洱市、临沧市的多个乡镇。同时,“家家清”“家家清”外包装的装潢与家家宜公司的“家家宜”“家家清”“家家清”外包装的装潢近似,对其构成不正当竞争。

2023年,家家宜公司向法院提起诉讼,请求法院判令金板桥公司、威力公司及销售相关商品的升亿百货店停止侵犯涉案商标专用权的行为,停止使用与其“家家宜”“家家清”“家家清”装潢构成实质性相似的标签,并销毁库存侵权商品及商品标签,共同赔偿其经济损失500万元及维权支出的合理费用10万元。刊登声明向家家宜公司赔礼道歉以消除影响。

云南省普洱市中级人民法院经审理认为,被诉侵权商品上使用“家家清”标识不足以导致相关公众产生混淆、误认,而且“家家宜”“家家清”“家家清”包装、装潢的整体效果不具有独特性,不能够区分商品来源,不构成《反不正当竞争法》所保护的知名商品特有的包装、装潢,据此驳



海外投资经贸保护与第三方资助主题研讨活动举行

本报讯 海外投资经贸保护与第三方资助主题研讨活动于日前举办。本次研讨活动由中国国际经济贸易仲裁委员会(以下简称“贸仲”)四川分会、成都市法学会、成都仲裁委、成都市律师协会、四川天府新区总部经济局主办。

贸仲四川分会副秘书长安平表示,当前世界政治和经济格局变化对中国企业出海提出了新的挑战,而仲裁以其专业、高效、独立、保密,以及尊重当事人意思自治的特点在争议解决中赢得了商事主体的广泛青睐。她简要回顾了贸仲的过往成就和发展,并指出最新的贸仲第十版仲裁规则引入了第三方资助的规定,肯定了第三方资助在为企业提供多元的纠纷解决途径过程中发挥的积极作用,并认为探讨第三方资助中涉及的问题对于其在国际商事仲裁中的应用有着积极意义。

成都市律师协会会长王宗旗表示,本次活动有助于各界了解第三方资助的发展趋势,扩大其在成都仲裁行业的应用和研究,推动成都市仲裁事业国际化、专业化发展,还有助于拓展成都国际商事仲裁领域的国际参与,助力将成都建设为新的国际商事仲裁服务中心。

国际商会“一带一路”委员会副主席费宁介绍了第三方资助的发展历史,并指出第三方资助在商事仲裁特别是投资仲裁中对于资金薄弱一方获得正义具有重要作用,对于中国出海企业更有着提供资金、提供专业法律支持、消除信息差等积极作用。

贸仲四川分会案件经办人郝名扬强调了仲裁程序中第三方资助的披露和保密的重要性,她认为对于仲裁程序中第三方资助披露的范围需要在实践中不断探索和讨论,她同时表示在不影响仲裁公正性的范畴内,当事人选择第三方资助的意思自治应当得到尊重。

四川大学法学院教授王军杰围绕国际投资仲裁中第三方资助的规定、地位和披露规则等问题进行了重点分享,他认为第三方资助在国际投资仲裁中迅速发展,但目前仍然存在理论和实践中的问题需要进一步探讨,他对未来第三方资助被更广泛使用抱有信心。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)

专商所组团参加第146届国际商标协会年会

本报讯 第146届国际商标协会年会日前在美国亚特兰大举行。作为商标界的国际盛会,本次国际商标协会年会吸引了来自136个国家和地区的近9700名官方、企业及其他组织和机构的代表报名参加。

中国贸促会专利商标事务所(以下简称“专商所”)所长龙传红、副所长康建忠、相关业务负责人李渤、张斌、赵玲、柳爱国、王福萍,以及资深商标代理人王川、李勤、张淑芳、王芳、嵇然、邱静、梁翠翠、李洁、冯璞等16人组团参加了本次国际商标协会年会。

本次年会中,专商所代表团与长期合作的各国客户和合作伙伴进行了近250场会见交流,了解他们在知识产权保护方面的困惑及诉求,针对性提供有价值的专业建议以及探讨未来合作事宜等。

活动期间,专商所举办了持续四小时的招待会,感谢世界各地的客户和合作伙伴长期以来的支持和信任。800余名各国参会人员参加了本次招待会。伴随着中国传统乐器现场演奏的经典音乐,大家在轻松的氛围中进行愉快的交流。活动不仅宣传和扩大了专商所的影响力,也推动了商标领域的国际交流与合作。(来源:中国贸促会专利商标事务所)



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



贸促专商微信公众号

广告