



万慧达知识产权报道旨在为您提供中国知识产权领域的最新动态及分析。如果您有知识产权相关的问题需要法律咨询，请随时与我们联系。

网站:

www.wanhuida.com

咨询:

whd@wanhuida.com

订阅:

jiangnan@wanhuida.com

地址:

北京市海淀区中关村南大街1号友谊
宾馆颐园写字楼

邮编: 100873

电话: 86-10-6892 1000

传真: 86-10-6894 8030

目录

法律法规

- 《国家知识产权战略纲要》发布
- 《反垄断法》开始施行
- 总局明确监管网络商品交易行为 继续负责驰名商标认定和保护
- 国家知识产权局新“三定”规定出台
- 质检总局新“三定”规定颁布 不再负责名牌认定

案例简介

- 大众搬场状告百度侵权胜诉
- 辉瑞与“伟哥”十年恩怨
- Komandor 就是科曼多吗?

业内动态

- 欧盟中小企业中国知识产权服务处在京成立
- 中国音像著作权集体管理协会成立 接手卡拉OK版权收费工作

万慧达快讯

- 高仪在华成功维权 获赔 352 万
- 美宝莲被国家局行政认定为驰名商标

《国家知识产权战略纲要》发布

历时三年半的广泛调研和征求意见，国务院于2008年6月5日正式发布《国家知识产权战略纲要》(以下简称《纲要》)，明确到2020年把我国建设成为知识产权创造、运用、保护和管理水平较高的国家，5年内自主知识产权水平大幅度提高，运用知识产权的效果明显增强，知识产权保护状况明显改善。

纲要指出，《国家知识产权战略》的指导思想是“着力完善知识产权制度，积极营造良好的知识产权法治环境、市场环境、文化环境，大幅提升我国知识产权创造、运用、保护和管理能力”。纲要的重点在于：

1. 完善知识产权制度，健全执法和管理体制，进一步完善相关法律法规。
2. 促进知识产权创造和运用，推动企业成为知识产权创造和运用的主体。
3. 加强知识产权保护，加大司法惩处力度，降低维权成本，有效遏制侵权行为。
4. 防止知识产权滥用，制定相关法律法规，合理界定知识产权界限，维护公平竞争的市场秩序和公众合法权益。

纲要明确了专利、商标、版权、商业秘密、植物新品种等方面的专项任务，要求通过多种途径实现对知识产权的有效保护。其中引人注意的措施包括：

1. 修订专利法、商标法、著作权法等知识产权专门法律及法规，建立、完善相关技术标准。
2. 简化救济程序，设置统一受理知识产权民事、行政和刑事案件的专门知识产权法庭；集中专利等技术性较强案件的审理管辖权，建立知识产权上诉法院，完善知识产权审判体制。
3. 加大专项执法力度。

国家知识产权战略的启动实施是中国知识产权发展史上的一个新的里程碑，《纲要》是这一战略的纲领性文件，也是今后较长一段时间内指导中国知识产权事业发展的纲领性文件。

《反垄断法》开始施行

8月1日,《反垄断法》正式实施,国务院反垄断委员会也随即正式成立。8月3日,国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议,通过了《反垄断法》的首个配套规定——《国务院关于经营者集中申报标准的规定》(简称《规定》)。《规定》自公布之日起实行。

按照《反垄断法》规定,我国将实行“二元”执法体制。新成立的反垄断委员会作为议事协调机构,将负责“研究拟定有关竞争政策; 组织调查、评估市场总体竞争状况, 发布评估报告; 制定、发布反垄断指南以及协调反垄断行政执法工作等”;具体执法机构为国家发展和改革委员会、商务部和国家工商行政管理总局。

在《反垄断法》正式实施前,工商总局率先公布了该局的“三定”方案,确定其反垄断的执法权局限于“经营者达成垄断协议”和“经营者滥用市场支配地位”两类,具体的职责表述为“负责垄断协议、滥用市场支配地位、滥用行政权力排除限制竞争方面的反垄断执法工作(价格垄断行为除外)。”在机构设置上,工商总局将在公平交易局的基础上设立反垄断与反不正当竞争执法局,负责“拟订有关反垄断、反不正当竞争的具体措施、办法;承担有关反垄断执法工作”。

另外,国家商务部将设立“反垄断调查局”,专司“经营者集中”的垄断审查,独掌内外资并购的审查权。新颁布的《规定》根据参与集中的经营者上一年度全球营业额和中国境内营业额两个指标,为“经营者集中”的垄断审查提供了申报标准。

前述除外的“价格垄断行为”,将属于国家发改委调整的职责范围。但是,由于“垄断协议”、“滥用市场支配地位”等行为,通常都表现为价格行为,工商总局“负责垄断协议”职能和发改委“负责价格垄断协议”职能在实践中恐怕难于区分。二者之间的职权交叉问题,有待更明确的规范或协调。

另据最高人民法院公布的《民事案件案由规定》,垄断纠纷与各种不正当竞争纠纷被统一纳入知识产权纠纷范畴。在最高法日前发出的《关于认真学习和贯彻〈中华人民共和国反垄断法〉的通知》中明确,当事人因垄断行为提起民事诉讼的,只要符合民事诉讼法的相关规定和反垄断法规定的受理条件,人民法院应当依法受理,并依法审判。具体反垄断诉讼案件审理仍由法院知识产权庭负责。

此外,国家发展改革委近日已完成《反价格垄断规定》的起草工作,该《规定》有望使有关反价格垄断的部分更具操作性。

事实上,在《反垄断法》实施前,发改委和商务部实际上都在按照《价格法》、《反不正当竞争法》等法律,做着一些实际上反垄断的工作。但是,这些工作相对比较分散,如何使今后的反垄断执法更加专业化,以及解决三家执法机构之间可能出现的职能重叠和缺乏协调和由此导致的执行不一致,还需要尽快制定实际执行中所需要的系列指南和配套细则加以细化和规范。

总局明确监管网络商品交易行为 继续负责驰名商标认定和保护

日前,国务院印发了《国家工商行政管理总局主要职责内设机构和人员编制规定》(以下简称“三定”规定)。

新的“三定”规定将“网络商品交易及有关服务行为监管,强化反垄断与反不正当竞争执法,以及对流通环节食品安全的监管”列入总局的工作职责。其中,“监督管理网络商品交易及有关服务的行为”将由市场规范管理司承担。此外,该司还将承担“拟订规范市场秩序的措施、办法;规范维护各类市场经营秩序;组织指导商品交易市场信用分类管理;组织指导市场专项治理等工作。”

此外, **权利人较为关注的“驰名商标认定和保护工作”仍由国家工商行政管理总局承担。**

日前,国家工商总局的《网络市场监督管理暂行办法》(征求意见稿)已经制定完毕,并已面向各地的工商部门征求意见。该《办法》正式出台后,将成为全国工商系统对网络交易统一监管的依据,不过目前尚未有具体的出台时间表。

据悉,根据北京市工商局颁布的“关于贯彻落实《北京市信息化促进条例》加强电子商务监督管理的意见”的有关规定,自8月1日起,北京市所有的营利性网店都要在工商部门办理营业执照。相信总局的《网络市场监督管理暂行办法》颁布后,该举措有可能将在全国范围推广。

国家知识产权局新“三定”规定出台

近日，国务院印发了《国家知识产权局主要职责内设机构和人员编制规定》（以下简称“三定”规定）。

按照“三定”规定，国家知识产权局的主要职责包括：

1. 组织协调全国保护知识产权工作，推动知识产权保护体系建设，会同有关部门组织实施国家知识产权战略纲要。
2. 承担规范专利管理基本秩序的责任，拟订专利知识产权法律法规草案，拟订和实施专利管理的政策和制度，拟订规范专利技术交易的政策措施，指导地方处理、调解侵犯专利的纠纷案件以及查处假冒他人专利行为和冒充专利行为，会同有关部门指导和规范知识产权无形资产评估工作。
3. 拟定知识产权涉外工作的政策。
4. 拟订全国专利工作发展规划，制订专利工作计划，审批专项工作规划，负责全国专利信息公共服务体系的建设。
5. 制定专利和集成电路布图设计专有权确权判断标准，指定管理确权的机构。

内设机构方面，国家知识产权局将增设“保护协调司”，原“协调管理司”根据职能划分更名为“专利管理司”，国际合作司增加承办涉及港澳台的专利及有关的知识产权事项等职能。

此外，条法司将具体负责“拟订有关专利的知识产权法律法规草案；提出修订专利法、集成电路布图设计保护条例及相关法规、规章的建议和草案。组织拟订专利等确权及侵权谈判标准。”

保护协调司将承办行政执法并实施国家知识产权战略纲要的有关工作。专利管理司将拟订和实施专利管理的政策和措施；拟订规范专利技术交易的政策；指导和规范知识产权无形资产评估工作；指导地方处理和调解专利纠纷、查处假冒他人专利行为和冒充专利行为。

质监总局新“三定”规定颁布 不再负责名牌认定

日前，国务院印发了《国家质量监督检验检疫总局主要职责内设机构和人员编制规定》（以下简称新“三定”规定）。

新“三定”规定明确：国家质量监督检验检疫总局负责产品质量安全监督工作，组织开展产品质量安全专项整治工作，依法查处产品质量违法行为，按分工打击假冒伪劣违法活动；根据国务院授权，组织协调全国有关专项打假活动。

内设机构方面，执法督查司（原国家质检总局打假办公室）负责组织查处违反标准化、计量、质量等法律法规的行为；组织本系统开展从源头打击假冒伪劣产品违法活动；承担组织协调全国有关专项打假活动及跨省、自治区、直辖市案件的查处和大案要案的督查督办工作。

此外，新“三定”规定明确 **国家质量监督检验检疫总局将“不再直接办理与企业 and 产品有关的名牌评选活动”。**

大众搬家状告百度侵权胜诉

6月25日,上海市第二中级人民法院对“大众搬家”状告“百度”侵犯商标权一案做出一审判决。三被告北京百度网讯科技有限公司、百度在线网络技术(北京)有限公司、百度在线网络技术(北京)有限公司上海软件技术分公司被判共同侵权,应刊登声明消除影响,赔偿原告5万元并承担相应诉讼费用。

2007年5月,大众交通(集团)股份有限公司(简称大众交通集团)及其子公司上海大众搬家物流有限公司(简称大众搬家)状告百度网站侵犯其商标权。大众搬家诉称,百度的“竞价排名”和“火爆地带”栏目网页中有大量假冒大众搬家名称甚至商标的链接网站,这些链接网站的网页均以与大众搬家相同或近似的法人名称招揽、经营物流业务,并擅自使用大众搬家拥有排他许可使用权的“大众”注册商标。百度网站上的上述内容侵害了其商标专用权,对其正常经营活动造成了不利影响。

大众提起诉讼后不久,百度曾主动上门沟通,并删除了竞价排名中假冒“大众搬家”的部分信息,但搜索栏中“大众搬家”的虚假信息至今仍铺天盖地。

经审理,上海市二中院认定:“接受百度网站‘竞价排名’服务的第三方网站未经许可擅自在其网站上使用‘大众搬家物流有限公司’、‘大众搬家’等字样,假冒原告大众搬家公司的网站,使相关公众对其提供的搬家服务的来源产生误认,侵犯了原告大众交通集团享有的‘大众’注册商标专用权,构成了针对原告大众搬家公司的不正当竞争行为。”

三被告作为百度网站的经营者以及“竞价排名”业务的负责主体对于明显存在侵犯他人权益可能的注册用户未尽合理的注意义务,主观上存在共同过错,客观上共同给两原告造成了损失,构成帮助侵权行为,应当就该侵权行为共同承担赔偿责任的民事责任。

因此,法院判决三被告于一审判决生效之日起三十日内在百度网站“竞价排名”栏目的首页连续48小时刊登声明,消除影响;并于本判决生效之日起十日内共同赔偿两原告包括合理费用在内的经济损失人民币5万元。

辉瑞与“伟哥”十年恩怨

1998年,美国辉瑞公司研制生产的抗男性功能障碍特效药“Viagra”一问世就在全球引起广泛关注,“伟哥”也被媒体作为“Viagra”的中文译名而被广泛使用。同年,广州威尔曼公司(简称威尔曼公司)向中国商标局申请在第五类上注册“伟哥”商标,并于2002年9月获准注册。2003年9月,威尔曼公司宣布,“伟哥”正式在中国上市。因此,辉瑞在“Viagra”进入中国市场时只能将其中文商标注册为“万艾可”。自此,辉瑞与威尔曼公司之间围绕“伟哥”商标专用权的“拉锯战”拉开帷幕。

2005年9月,辉瑞先以北京健康新概念大药房有限公司(简称新概念公司)销售的“伟哥”药片涉嫌侵权该公司已注册的立体商标专用权为由,将威尔曼公司以及两家授权生产厂上海东方制药有限公司(简称东方公司)和江苏联环药业有限公司(简称联环公司)诉至北京一中院,要求被告停止侵权,公开道歉消除影响,并共同赔偿经济损失100万元。

法庭经审理认定,两商标尽管在立体形状和颜色上确实存在一定差别,但在相关公众施以一般注意力的情况下,不易予以区分,因此会导致消费者的误认。新概念公司、东方公司和联环公司未经许可,生产销售与原告商标近似产品的行为,构成对原告商标权的侵害。据此,法院判决,新概念公司、东方公司和联环公司立即停止销售、生产侵权商品,联环公司和东方公司分别赔偿原告30万元。

一审判决后,联环公司与东方公司向北京市高院上诉。高院认为,由两上诉人生产、新概念公司销售的被控侵权药品虽然与涉案立体商标构成近似,但消费者在购买该药品时并不会与辉瑞的涉案立体商标相混淆,亦不会认为该药品与辉瑞存在某种联系进而产生误认,因此上诉人并未构成对原告商标专用权的侵害,也未损害原审原告的利益。因此,判令撤销一审判决,驳回原告的诉讼请求。

与此同时,辉瑞与上述四家公司的商标侵权和不正当竞争纠纷案也在北京市一中院开庭审理。辉瑞诉称:媒体自1998年起就采用“伟哥”一词进行大篇幅报道,因此“伟哥”商标已经成为其未在中国注册的驰名商标。因而,请求判令被告停止销售、使用和宣传带有“伟哥”的商标药品,并共同赔偿损失100万元。

一审法院经过审理,认定辉瑞从未实际使用“伟哥”商标,亦未能证明其对“伟哥”商标进行了广告宣传,且不能提供“伟哥”商标在中国作为驰名商标受保护的记录以及其他可以证明“伟哥”驰名的证据,故其“伟哥”是辉瑞的未注册驰名商标的主张不能成立。由于辉瑞不能证明“伟哥”为其未注册驰名商标,故其对“伟哥”商标并不享有商标法规定的合法权益,威尔曼公司许可联环公司、东方公司使用“伟哥”商标,联环公司、东方公司和新概念公司生产、销售使用“伟哥”商标药品的行为,不侵犯辉瑞的未注册驰名商标权;东方公司、联环公司和新概念公司生产销售“伟哥”商品的行为具有正当性和合理性,不构成不正当竞争。由此,驳回辉瑞公司的全部诉讼请求。

一审判决后,辉瑞于2007年上诉到北京市高院。二审法院认为,虽然原告在香港等地申请了“伟哥”文字商标注册,但是根据商标独立保护原则,其在中国内地并不对“伟哥”商标享有权益。辉瑞公司不能提供“伟哥”商标在中国作为驰名商标受保护的记录,仅有的媒体报道证据不足以证明“伟哥”商标在中国内地已具有较高知名度或较高声誉,所以辉瑞公司对“伟哥”商标并不享有商标法规定的合法权益。综上,法院终审判决驳回了其全部诉讼请求。辉瑞在“伟哥”商标权的争夺战中全盘皆输。

Komandor 就是科曼多吗?

科曼多有限公司(KOMANDOR S.A.)是波兰的一家主营家具的跨国企业,其商标“KOMANDOR



及图”由中国国家商标局于2002年6月18日核准其在第19类“非金属制滑动门、非金属制双向滑动门”等商品上注册。

2002年,广州加盛行装饰材料有限公司(简称加盛行)开始在中国销售科曼多公司的产品。同年,加盛行以其名义在第19类“橡木板、半成品木材、木材、已加工木材、贴面板”商品上申请注册了



“科曼多 KOMANDOR 及图”商标,并于2004年4月7日获准注册。

与此同时,加盛行的股东在香港注册了“科曼多家具(香港)有限公司”,并以该公司的名义于2003年4月在上海注册了“科曼多家具(上海)有限公司”(简称上海科曼多)。2004年11月,加盛行公司将其商标转让给上海科曼多。上海科曼多在经营中使用了“科曼多 KOMANDOR+枫叶地球图标”商标,单独使用了“KOMANDOR”字样,同时使用了“KOMANDOR”和“科曼多”字号。

科曼多公司发现上述事实后,于2007年7月诉至北京市第二中级人民法院,要求判令上海科曼多停止假冒商标和擅自使用其企业名称等行为,刊登公告消除不良影响,赔偿经济损失人民币50万元并承担诉讼费。

北京市二中院经审理认为,上海科曼多使用原告的英文字号“komandor”会造成他人对商品来源产生误认,因而其使用行为构成不正当竞争;但是认为被告在原告之前在中国使用“科曼多”字号,所以可以继续使用该字号;同时被告虽然使用了与原告近似的图形,但其经营的“**家具用滑动门**”等产品属于国际分类第20类的家具及附件类商品,因而与原告核定使用的商品不构成类似商品,所以不构成商标侵权。法院遂判令被告立即停止使用“KOMANDOR”的不正当竞争行为,赔偿原告3万元及合理诉讼支出4035元。

原告不服一审判决,上诉至北京市高级人民法院。二审法院认为,被上诉人在其网站及宣传册上宣传的滑动门商品与上诉人在第19类上核定使用的商品是同一种商品,会造成相关公众对商品来源的混淆和误认,因而侵犯了上诉人的商标专用权。被上诉人在实际使用中,将“科曼多”和“KOMANDOR”连用的行为客观上已经使相关消费者产生“科曼多”是“KOMANDOR”的中文翻译的认识,从而容易将其与上诉人混同或认为两者有一定的联系,因此也构成不正当竞争行为。

原审判决将被告的“**家用滑动门**”错误的写成“**家具用滑动门**”,进而认为不同类别的商品即为非类似商品,由此得出商品不类似、被告行为不构成侵权的错误结论,本院对此予以纠正。因而,判令上海科曼多停止使用“科曼多”、“komandor”、“科曼多 KOMANDOR 及图”商标及“科曼多家具(上海)有限公司”和“KOMANDOR Furniture (Shanghai) Co., Ltd.”字样,赔偿上诉人经济损失10万元及合理诉讼支出4035元。

欧盟中小企业中国知识产权服务处在京成立

由欧盟委员会企业与工业总司资助的欧盟中小企业中国知识产权服务处(简称服务处)5月7日在北京正式成立。据悉,服务处是对现有中欧知识产权联合行动特别是中欧保护知识产权项目的一个补充。

服务处旨在帮助欧盟中小企业处理在华业务中遇到的知识产权的保护和实施问题。服务处将通过提供免费信息、一线咨询以及各种培训活动,帮助欧盟中小企业作出合理的知识产权决策。

同时,服务处将增进与中国有关机构的对话与合作,与中国各级知识产权保护与执法机构建立合作纽带,包括已经建立的知识产权举报投诉服务中心。

中国音像著作权集体管理协会成立 接手卡拉OK版权收费工作

5月28日,中国音像著作权集体管理协会(简称协会)在京宣布成立。该协会是为落实我国《著作权集体管理条例》而成立的著作权集体管理组织。

《著作权法》规定音像权利人享有的放映权、表演权、广播权等权利,由于使用人众多,使用方式随机灵活,权利人很难自己直接行使权利;使用者面对众多的权利人,也很难逐一取得授权。为解决上述问题,按照国际惯例,权利人往往将自己的权利委托给著作权集体管理组织,管理组织以获得授权为基础向不特定的使用者收费,并将费用转交给权利人,从而在权利人和使用者之间搭起一个桥梁。

协会有望在今后代表音像权利人解决卡拉OK经营场所、广播电台、电视台、网络等单位合法使用音像节目的版权问题。另外,此前以中国音像协会名义开展的卡拉OK版权收费工作也将由协会接手。协会的成立还将推动《著作权法》的修改工作,为录音制作者争取广播权和表演权,开展复制、发行、网络、出租等领域使用的音像节目的许可和维权工作等。

协会管理的权利包括音像节目表演权、放映权、广播权、出租权、信息网络传播权、复制发行权以及其他适合集体管理的音像节目著作权和与著作权有关的权利。

高仪在华成功维权 获赔 352 万

德国高仪股份公司(简称高仪公司)是欧洲著名的浴室产品与系统供应商,其在 11 类洁具产品上拥有“GROHE 及水波纹图形”及“RELEXA”等注册商标。

早在 2005 年 6 月,高仪公司就发现余姚洁具公司生产侵犯其前述商标专用权的洁具产品,遂向宁波工商局举报。宁波工商局对余姚洁具公司进行了查处。不久,余姚洁具公司再次生产侵犯高仪商标权的洁具在出口时被宁波海关查扣。

经协商,余姚洁具公司向高仪公司书面承诺今后不再侵犯其知识产权,否则将赔偿高仪损失,赔偿数额按高仪公司相同或近似产品的真品市场价格乘以侵权产品数量计算。高仪公司不再追究余姚洁具公司前述两次的侵权责任。

2006 年 10 月,宁波市工商局根据举报,对余姚洁具公司进行查处中发现其于该月生产了侵犯高仪公司上述注册商标的产品 1904 套,并在 2005 年 10 月生产并销售过侵权产品 1000 套。

2007 年 3 月,高仪公司将余姚洁具公司诉至宁波市中级人民法院,要求被告停止侵权,并按照承诺书的计算方式赔偿其经济损失 458 万余元。

法院经审理认定余姚洁具公司使用的“GROMIX”与“RELEXA”商标,均与高仪公司的“GROHE”及“RELEXA”商标构成近似,侵犯了原告的商标所有权,而且余姚洁具公司在作出保证的情况下依然侵权,违反诚实信用原则。高仪公司索赔有据,但赔偿数额的计算存在不合理的部分,遂减去该不合理部分,一审判决余姚洁具公司赔偿 352 万余元。

据悉,我司代理的这起案件是宁波市中级法院开始审理知识产权案件来,判赔数额最大的一笔。该案的判赔数额在浙江省内也属少见。

美宝莲被国家局行政认定为驰名商标

柳州美宝莲纺织饰品经营部销售带有“美宝莲 MAYBELLINE”商标标识的毛巾被，且该经营部的经营者史新莲在国际分类第 24 类床单、毛巾被等商品上申请注册“美宝莲 MAYBELLINE”商标。为此，我司代理莱雅公司于 2004 年 11 月向柳州市工商局投诉，请求禁止柳州美宝莲纺织饰品经营部使用“美宝莲 MAYBELLINE”商标。

应投诉，柳州市工商局于 11 月 17 日对该经营部进行检查，确认其销售带有“美宝莲 MAYBELLINE”商标的毛巾被行为。2005 年 4 月 5 日，柳州市工商局向广西壮族自治区工商局上报申请认定“美宝莲 MAYBELLINE”为驰名商标。同年 4 月 8 日，广西壮族自治区工商局在认定“美宝莲 MAYBELLINE”为相关公众熟知并具有较高声誉后，向国家工商总局商标局提请认定“美宝莲 Maybelline”商标为驰名商标。

之后，我司继续搜集证明“美宝莲 MAYBELLINE”商标知名度的补充材料并提交国家工商总局。2008 年 3 月 25 日，国家工商总局商标局公布了商标局在商标管理案件中认定的 136 件驰名商标，其中莱雅公司的“美宝莲 Maybelline”商标被认定为使用在“化妆品”商品上的驰名商标。