责任编辑：杨召奎 北梦原
E－mail:grrbjjxwb@sina.com
工人日报

李鬼李逵难辨别？销售商不知道就免责？电商平台责任难定？

# 一线执法人员有了商标侵权判定的“标准答案”

**本报讯**（记者杜鑫）两家“正泰”撞脸、“咖啡伴侣”碰上“咖啡伴旅”、“江小白”商标争夺战……近年来，随着知识产权保护意识的增强，商标领域官司不断。然而，商标侵权形式日趋多样化、复杂化，商标法对商标专用权保护的规定较为原则，实践中大量商标侵权行为发生在基层，一线迫切需要相关规定指引，让执法人员判定更有据可循。

为此，国家知识产权局近日出台了《商标侵权判断标准》（以下简称《标准》），旨在完善商标保护规则体系，解决执法实践中面临的新情况、新问题，为执法部门依法行政提供具体操作指引。

据介绍，《标准》共38条，对商标的使用、同一种商品、类似商品、相同商标、近似商标、容易混淆、销售免责、权利冲突、中止适用、权利人辨认等内容进行了细化规定。

“这个《标准》很细、操作性强，给常见的争议问题提供了标准答案。”北京市律协商标专业委员会委员、京师律师事务所律师熊超举例说，商标法规定，销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的，不承担赔偿责任。这个“不知道”较为原则，认定不易。

熊超曾经手过一个红酒商标侵权案件，销售侵权红酒的商家表示不知道侵权，并且可以提供进货、销售等相关证明，但是其进货价明显低于市场价格，最终法院仍判定免责。而《标准》对销售商免除责任的相关要件进行了细化规定，明确了不属于销售不知道的情形，其中一条就是“进货渠道不符合商业惯例，且价格明显低于市场价格”。

在商标侵权判定中，李鬼李逵难辨别也是一大难题。对此，《标准》在传统商标的基础上，增加了立体商标、颜色组合商标、声音商标等新型商标相同、近似的判断标准，同时，进一步明晰了《商标审查及审理标准》在商标行政执法中的应有作用。

近年来，随着互联网经济的发展，电商平台上的商标侵权案件也多了起来，而平台的责任认定一直不易。熊超告诉记者，现实中，一些电商平台被告知销售的产品存在商标侵权后，置之不理，一时也拿它没办法。

对此，《标准》明确，电商平台虽然不知情，但经商标执法相关部门通知或者商标权利人持生效的行政、司法文书告知后，仍未采取必要措施制止商标侵权行为的，属于故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为。

国家知识产权局保护司负责人表示，制定《标准》不仅基层一线有需求，社会各界也十分关注。此举有利于进一步提升商标执法保护水平，为市场主体营造透明度高、可预见性强的知识产权保护环境。

## 地理信息服务成为民生新需求

**据新华社北京6月29日电**（记者王立彬）当北斗系统成为新“罗盘”，城市越来越“聪明”，从快递外卖到在线问诊、远程看护，地理信息服务成为民生新需求。

记者29日从中国地理信息产业协会获悉，作为移动互联网的基础支撑，提供位置服务的地理信息产业迎来黄金发展期。在疫情防控中，地理信息产业运用人工智能大数据、导航定位等技术，在保障疫情监测、人口迁徙分析、交通监控、资源储备、医疗废物处置等方面发挥了重要作用，还向全球提供疫情动态地图服务。

“在疫情防控中，应急管理、智慧城市、交通物流等对地理信息产业提出大量新需求。”中国地理信息产业协会会长孙玉国说。今年以来，“数字化防疫”经验表明，从卫生防疫到医疗养老，地理信息新需求不断释放，成为新基建的重要内容。

## 后疫情时代需加快企业数智化

**本报讯**（记者陈俊宇）6月27日是“中小微企业日”，疫情之下的中小微企业备受关注。中国中小商业企业协会当天发布的《后疫情时代中小企业全链路数智化转型洞察》指出，后疫情时代需加快中小微企业数智化。

调研发现，与大企业相比，中小企业整体受疫情负面冲击影响更大。在所有降幅超过30%的企业中，超过8成企业为中小微企业。

数智化为企业提供了显著的“免疫力”。企业数智化转型成熟度越高、转型起步越早，企业受疫情负面影响越小。无论所属行业或企业规模，在数字化能力综合得分为“高”的企业中，有45%的企业在疫情中不受影响或影响正面，而在得分为“低”的企业中，这一比例仅为22%。而且，数智化还影响企业对未来的预期：数智化能力较高的企业，对业务恢复的预计时间也远远短于尚未开始做数字化尝试的企业。

但调研发现，目前，中小企业数智化成熟度较低，整体转型诉求迫切。在商品、品牌、营销、零售、渠道和服务领域里企业的智能化应用管理建设中，9成的中小企业完全或部分依赖人为经验进行管理，并未引入自动化的管理手段。在这些方面具备更坚实基础的大型企业则表现出更好的抗风险免疫力。

**城市里的“水上稻田”**

6月29日，工作人员在吴兴区湖东街道的“水上稻田”插秧。今年以来，浙江湖州吴兴区湖东街道开始在辖区河道大规模推广“水上稻田”新型农业项目，利用浮岛进行特种水稻种植，既能净化水体，又能产出生态稻谷。 新华社记者 翁忻旸 摄

## 自然资源部明确挂牌督办的违法违规案件情形

**本报北京6月29日电**（记者杜鑫）记者今天从自然资源部获悉，该部近日印发《自然资源部挂牌督办和公开通报违法违规案件办法》（以下简称《办法》），旨在进一步加大自然资源重大、典型违法违规案件查处力度，加强对地方自然资源主管部门案件查处工作的监督指导，有效遏制违法违规行为，切实维护自然资源保护和合理开发利用秩序。

挂牌督办，是指自然资源部对自然资源、国土空间规划、测绘等领域重大、典型违法违规案件的办理提出明确要求，公开督促省级自然资源主管部门限期办理，并向社会公开处理结果，接受社会监督的一种工作措施。

《办法》明确了可以挂牌督办的违法违规案件情形：违反国土空间规划和用途管制，违法突破生态保护红线、永久基本农田、城镇开发边界三条控制线，造成严重后果的；违法违规占用耕地，特别是永久基本农田面积较大、造成种植条件严重毁坏的；违法违规批准征占土地、建设、勘查开采矿产资源，造成严重后果的；严重违反国家土地供应政策、土地市场政策，以及严重违规开发利用土地的；违法违规勘查开采矿产资源，情节严重或造成生态环境严重损害的；严重违反测绘地理信息管理法律法规的；隐瞒不报、压案不查、久查不决、屡查屡犯，造成恶劣社会影响的；需要挂牌督办的其他情形。

《办法》指出，自然资源部相关司局负责对自然资源、国土空间规划、测绘等违法违规案件进行筛选和审核，拟制公开通报案件材料。公开通报案件应当符合挂牌督办案件情形，在其依法依规处理到位后可以公开通报。必要时，正在查处的案件也可以公开通报。

●“六稳”“六保”看落实④

## “小商品之都”刮起强劲的“直播风”

3万多场直播带动销售超40亿元，浙江义乌发力挖掘网络直播潜力

**本报讯**（记者邹倜然）“通过网络直播，极大拓展了我们的销售渠道。你看，才开播一会儿就有订单了。”6月24日，在浙江义乌国际商贸城创艺厨具有限公司的商铺内，企业负责人刘萍娟和“网红主播”正通过网络直播，向全球消费者推介他们生产的“魔术手套”。这样的卖货场景，每天都在义乌市场上演。

得益于货源集聚、物流齐备、电商发达等优势，义乌市场主体、传统电商企业纷纷试水直播带货，深度挖掘“短视频+直播”在日用小商品销售领域的潜能。

据不完全统计，目前，义乌市已有直播从业人员6000多人，涉及市场经营户3000余家。今年1月~4月，义乌参与直播的商品数为165178个，投放率为3.9%；参与直播的商品实现零售额432666.3万元，零售量21409.5万件；直播场次达34201场，累计观看人次8567.8万人。

“义乌具有得天独厚的网络直播的发展优势，是其他城市不可比拟的。”义乌国际商贸城二区直播中心的运营方、火花信息科技有限公司总经理史鹏飞表示。

对于直播从业者而言，创业初期难以获取厂家低价产品，但在义乌市场可以找到品类齐全，且适合直播销售的产品，尤其在服装、化妆品、饰品、玩具等方面，可迅速匹配经营户。对于市场经营户来说，新的销售渠道则提升了供应链效率，缓解了商品库存高、资金周转慢等问题。其次，义乌作为国家商贸类物流枢纽承载城市，拥有完备的国内外物流网络和低廉的物流交易成本，快递和仓储成本低于一线城市20%以上。

当前，义乌正在发力挖掘“直播+小商品”的潜力。为适应电子商务发展新趋势，推动直播电商跨越式发展，义乌市日前公布了《义乌市加快直播电商发展行动方案》（以下简称《方案》），提出力争2022年直播电商交易额突破1000亿元，对知名直播平台、规模网红服务机构、自带流量的网红等，在金融、税收、人才购房、子女入学等方面给予支持。

根据《方案》，义乌计划在3年内建成10个直播电商产业带、培育100家具有示范带动作用的直播机构、打造1000个网红品牌、培养1万名带货达人，力争2022年直播电商交易额突破1000亿元。

为推动实现这一目标，义乌正在制定和完善相关的扶持政策，计划对知名直播平台、规模网红服务机构、自带流量的网红等主体，给予金融、税收、人才购房、子女入学等方面的支持。同时，义乌提出每年统筹安排财政扶持专项资金，全力支持直播电商新业态的发展。

## 广东5090个农贸市场实现监测采样全覆盖

**本报讯**（记者叶小钟 实习生张翠婷）记者日前从广东省市场监管局获悉，自6月17日起，广东省市场监管部门联合省商务厅、省卫健委、省公安厅、省农业农村厅、省海关等12个部门成立广东省农贸市场疫情防控专班，部署落实广东省内各类农贸市场、冷库等重点场所疫情防控措施。

农贸市场与百姓的“米袋子”“菜篮子”息息相关，也是疫情防控的重点场所和重要环节。据介绍，广东省农贸市场疫情防控专班围绕农贸市场的“人员、环境、产品”三大重点迅速行动、争分夺秒，在全省范围内持续开展重点部位病毒核酸检测，全力做好环境卫生及市场秩序的整治。

经过各地各部门的连续奋战，广东农贸市场疫情防控得到了全面的强化，目前，已实现5090个农贸市场监测采样全覆盖。在此基础上，截至6月23日24时，广东已累计监测人员54.82万人，重点人群是100%全覆盖，完成了产品核酸检测5.19万份，环境检测5.94万份，均超额完成了抽检任务，并且以上核酸检测均为阴性。

购物后迟迟不发货，短信骚扰让人烦，买到假冒伪劣商品……

# “618”大促槽点多 五大苗头需警惕

本报记者 杨召奎

**阅读提示**

作为疫情防控常态化下的首个大型网络购物节，“618”承载了很多人的期待，不过也面临不少消费者的吐槽。中消协调查显示，消费者的吐槽内容主要集中在直播带货、价格竞争、短信骚扰、红包活动、假冒伪劣等五个方面。

通过观看直播下单了一台空调，商家却迟迟不发货；消费者即使不想消费，也会受到各种广告短信的骚扰；鞋子的鞋头歪了，平台检测竟然也能过关……

作为疫情防控常态化下的首个大型网络购物节，“618”被寄予厚望。不过，中国消费者协会今天发布的《“618”消费维权舆情分析报告》（以下简称《报告》）显示，“618”大促也不乏消费者的吐槽。

对此，中消协有关负责人指出，“618”槽点背后，直播平台责任意识缺失、部分电商平台红包“邀约”有名无实等五大苗头现象值得警惕。

### 吐槽集中在五大方面

《报告》显示，今年“618”期间，消费者“吐槽”内容主要集中在直播带货、价格竞争、短信骚扰、红包活动、假冒伪劣等五个方面。

6月17日，有网友反映称，自己在4位带货主播宣传下，在某平台“国美电器官方旗舰店”购买了一台1999元的格力空调，当时标注是5月28日发货。等到5月28日，商家改到5月30日前发货，但两天后仍旧没有发货，追问后客服让“耐心等待”。直到6月16日晚上，还是没有发货，国美方面直接给退款了。

除了直播购物遭遇麻烦事，短信骚扰也让人烦。《报告》显示，部分店铺以优惠券为诱饵，引导消费者加入其店铺会员，收集用户手机号后精准推送节日噱头的广告短信。近两个月以来，“五一”“儿童节”“618”，三次促销轮番精准“轰炸”，让人防不胜防。消费者即使不想消费，也会受到各种广告短信的骚扰。

网购遭遇假冒伪劣也是网友反映强烈的热点。尤其值得一提的是，监测期内，共收集与得物APP有关的吐槽信息8735条，主要涉及假冒伪劣、退货收取鉴定费、优惠券等问题。

此外，有消费者反映，在某电商平台红包抢了几百个，合计只有几元钱。还有消费者指出，有的商品降价太快。

### 吐槽背后的一些苗头问题值得警惕

中消协有关负责人指出，消费者吐槽背后，反映了电商集中大促存在的一些苗头问题，比如，火爆的直播带货营销场景中，平台责任意识、品质意识缺失的现象，值得警惕。

此外，以价格引流量的促销竞争中，无视消费者合法权益与良好感知的做法；短信促销的频繁精准轰炸中，消费者“防范意识疲劳”“选择默认侵权”的现象；以红包“邀约”消费者参与平台大促互动“游戏”中，有诺无信、有名无实的问题；电商多头格局态势下，个别购物平台公然出现的霸王条款、售假等都值得关注。

### 建议采取措施避免问题周期性再现

为解决“618”大促中存在的问题，避免其周期性再现，中消协建议，通过释法赋权、依法监管以及制定行业规范等途径推动和约束直播带货行为进入法治轨道。直播带货平台多、主体多、方式多、涉及商品或服务种类多，一定程度上还需要通过相关机构释法赋权明确权利义务主体和监管维权路径依据，让执法主体“长牙齿”、有利器。通过落实法律责任令相关各方“各司其职”，助推直播带货行为提速步入法治轨道。

同时，创新网络消费维权机制，通过建立网络促销消费投诉公示制度、晒“红黑榜”倒逼企业规范行为，自觉诚信。建立完善网络促销活动中直播带货、促销价格、红包优惠等行为的诚信评价机制，补齐网络购物消费维权社会共治不足的短板。

在治理短信骚扰方面，中消协律师团律师李斌建议，加快推进消费者个人信息保护立法进程与开展形式多样的宣传、教育、引导活动并重，从而实现对消费者保护个人信息意识的“高唤醒”。

针对部分电商平台出现的霸王条款、售假问题，中消协建议，加强对电商平台的培训引导与广泛监督，对违法违规行为、霸王条款、奇葩规则等坚持露头就打。一方面，通过行政指导、法律法规培训、典型案例警示等途径提升不同电商主体对相关法律法规的知晓度，使其“知规则、明边界”；另一方面，通过平时与特定时间节点相结合、网民投诉与执法监督相结合等形式多样的网络促销“监控哨”，实现对各种网络消费场景的全面监督监控。

（本报北京6月29日电）

本报社址：北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年352元 每季88元 2月29.26元 其余月29.34元 零售:逢4版0.56元 逢8版1.12元 广告经营许可证京东工商广字0184号 工人日报社印刷厂印刷