

企业广告缘何屡因侵犯知识产权“翻车”？

本报记者 杜鑫

5月21日,小满当天,由刘德华出演的奥迪广告片在网上刷屏。然而,短视频博主“北大满哥”发布视频指责该广告片文案抄袭。此举引发舆论热议。

5月22日,奥迪发布声明称,因监管不力、审核不严给相关各方造成的困扰表示歉意,并称已责成创意代理公司处理。

这不是第一起广告因侵权“翻车”的案例。近年来,各类企业广告频频出现侵犯知识产权的情况。

文案高度相似

在“北大满哥”发布的视频中,详细对比了其旧作中的文案和奥迪广告宣传片中的文案,只有个别字句不同。

对此,中国文字著作权协会总干事张洪波表示,两个视频的文案高度相似,尤其是“北大满哥”的原创诗在广告片中被一字不差地使用。从著作权法来看,按照“接触+实质性相似”的原则判断,如果事实和证据表明,“北大满哥”确系去年“小满”文案的著作权人,那么,涉事企业的广告和文案侵犯“北大满哥”文案的版权,毋庸置疑。

医院开到家门口 购药专班代跑腿

北京市丰台区卢沟桥社区卫生服务中心的工作人员通过视频连线的方式出示二维码,方便预约上门治疗的患者在线付费(5月22日摄)。

受新冠肺炎疫情影响,自5月17日6时起,北京市丰台区对青塔街道、五里店街道、卢沟桥街道等部分区域采取临时管控措施。

街道、社区及社区卫生服务中心等多措并举,尽量满足临时管控措施区域内居民日常就医用药需求。卢沟桥社区卫生服务中心在管控区内开设智慧家庭巡诊点,为居民提供慢性病开药并配送至社区、预约上门治疗等服务。五里店街道和光里小区组建“开药专班”,志愿者登记居民的开药需求后,交由社区“代跑腿”专员购买药物,最后送到居民手中。

新华社记者 鞠焕宗 摄

排查31856户,已清退47户 呼和浩特整治转租转借公租房行为

本报讯(记者李玉波)为规范呼和浩特市公共租赁住房小区的居住秩序,回应群众反映较为集中的民生热点问题,严格整治公共租赁住房转租转借等违法违规行为,今年,呼和浩特市住房保障服务中心进一步提高公共租赁住房专项整治工作力度,及时发现并严厉打击转租、转借公租房违规行为。截至目前,共排查31856户,发现有转租转借行为148户,下发了公共租赁住房限期腾退通知书148份,目前已清退47户。

据了解,呼和浩特市住房保障服务中心目前共管理35230套公租房。下一步,呼和浩特市住房保障服务中心将持续加强对公共租赁住房的专项整治工作。利用大数据信息比对技术,加强对保障对象家庭房产、收入等信息的动态核查,确保管理更精准。通过小区出入口人脸识别门禁系统等智能化技术手段,对进出小区的人员进行身份核验,加大排查管控力度。常态化开展入户检查,对违规的承租人现场下达限期腾退通知书,坚决打击公共租赁住房转租、转借等违规行为,切实维护住房保障制度的严肃性和公平性,使真正有需求的群众受益。

奥迪短视频文案被指抄袭,引发舆论热议

在奥迪发出声明后,创意代理公司M&C Saatchi也回应称,在视频内容开发过程中,因公司奥迪服务团队版权意识淡薄,在未与版权方沟通的情况下,直接使用了“北大满哥”关于“小满”视频中文案内容,向涉事各方表示歉意,并承诺尽最大努力弥补对原作者的损失。刘德华方面也发文称,对原创百分百尊重,个人深感遗憾。

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领分析认为,一方面,负责制作广告文案的员工版权意识薄弱;另一方面,品牌方以及广告代理公司的内部审核机制不完善。

对于涉事各方可能承担的责任,张洪波表示,根据广告商与广告公司签署的委托合同约定,广告的版权一般都归广告商。在这个事件中,广告侵犯了“北大满哥”的完整著作权,尤其是署名权、改编权、复制权、信息网络传播权。因此,广告商应当为此承担侵权的法律责任,包括公开赔礼道歉、停止侵权、消除影响、经济赔偿等。广告商则可依据委托合同,追究广告公司的责任,向其追偿损失。

张洪波同时认为,不同于明星广告代言,刘德华仅是广告中的一个角色,从著作权法、

广告法来看,没有依据让他担责。

被侵犯的各种权利

早在2018年,刘先生独立创作完成一段自驾某品牌新款汽车至崇礼滑雪的两分钟短视频并发表。某自媒体将此视频用于传播并收取车企广告费。该自媒体被相关法院判定赔偿刘先生经济损失50万元。这是我国首例广告使用短视频侵害著作权案。

近两年都是奥运年,一些企业的广告为了蹭热点,侵犯奥林匹克标志专有权。去年,安徽马鞍山奥润房地产开发有限公司在某报上使用“奥运”“奥林匹克”词汇作为宣传广告语。马鞍山市市场监管局认定当事人违反《奥林匹克标志保护条例》规定,责令立即停止侵权行为,对该房地产公司罚款10万元,对相关广告公司罚款10万元,对相关报社罚款1万元。

还有的公司广告打擦边球,构成不正当竞争。上海一家房地产公司宣传楼盘的户外广告牌上,模特手持一只印有某奢侈品牌字母及花型图案的提包。法院认为,其在巨幅广告中以近三分之一的比例和夺目橙色突出该奢侈品牌包,提升楼盘品位,系故意利用奢侈品牌资源,构成不正当竞争。



下渚湖湿地将空气“变现”,用于湿地管护生态建设 浙江德清碳汇交易实现多方共赢

本报讯(记者邹偶然 通讯员王力中 张志炜)“湿地里的新鲜空气还能换来真金白银!”近日,浙江湖州德清“两山银行”与下渚湖街道签下首笔湿地碳汇收储合约,以每吨58.83元的价格,购买下渚湖湿地一万吨碳汇量。同时,“两山银行”又向正大青春宝、新天纸业、钱江纺织印染等分别出售碳汇量。

这是德清落实“碳达峰、碳中和”目标的一个具体实践。对下渚湖湿地来说,将空气“变现”,产生的资金,可反哺用于湿地管护生态建设,一举多得。

所谓碳汇,就是指生态环境(森林、湿地、土壤等)吸收并储存二氧化碳的能力。在湿地碳汇交易中,企业是排碳方,属于买方;湿地是固碳方,属于卖方;而“两山银行”则是充当了一个交易平台的作用。

“碳汇交易就是利用湿地植物光合作用吸收二氧化碳释放氧气的过程,实现碳减排。所减排的碳量用于市场交易,实现碳中和。”德清“两山银行”副总经理沈骏钰介绍说,有别于过去卖资源的实体交易,碳汇交易买卖的是湿地的固碳能力。

首笔碳汇交易完成后,沈骏钰又多了重身份:“卖碳翁”。在他看来,湿地碳汇是实现“双碳”目标的重要方式,不仅可以调动社会企业参与生态保护的积极性,还可以鼓励企业推行低碳生产,是一条生态优先、绿色发展的新路子。

“这笔钱真是及时雨,碳汇交易的资金将用于湿地绿化‘扩面’‘水下森林’生态修复等工作。”下渚湖街道办事处副主任沈全播说,作为湿地碳汇收储交易的获益者,有义务回馈生态、保护环境,让绿水青山变成金山银山。

“不是说购买了1000吨指标,就可以无所顾忌地增加能耗。”正大青春宝药业工程部部长童佳钧表示,从趋势上,很多行业的企业都逐步会被国家分配碳排放的指标,希望通过这样的形式,让企业上下都树立碳排放也是一种成本的意识,不断推动企业绿色发展。

虽然碳汇交易在德清刚刚起步,但“两山银行”总经理邵坤泉认为,得益于德清独特的绿色生态资源优势,碳汇交易前景可观。

下渚湖湿地已经成功创建成为省级碳汇先行基地。该湖总面积达36.5平方公里,其中水域面积3.4平方公里。这原生态美景的背后,蕴藏着巨大的碳汇能力。此次交易的只是下渚湖湿地碳汇量的一部分。到2025年,下渚湖湿地碳汇量预估可达到3.4万吨以上。

“我们和各家光刻胶供应商沟通,采用‘团购’‘包机’的模式,与浦东国际机场海关、东航物流配合,以项目形式落地,拟定每月运送一批光刻胶。”上海泓明供应链有限公司分拨中心高级经理白游说,包机到达浦东机场并进行消杀后,当日就可以从这一零部件“粮仓”流转至全国各地。

记者在泓明分拨中心的数字化看板上看到,一批批订单正在如约配送至西安、厦门、武汉、合肥等全国集成电路重镇,如同形成了一条跨越的集成电路零部件“公路”。包括华虹集团、中芯国际、长江存储、台积电、SK海力士等国内外企业,都能源源不断接收来自上海的“芯”部件,保障生产连续性。

有了数字化供应链,产品还可实现全程

公益广告、商业广告都要尊重版权

对于屡屡出现的广告侵犯知识产权事件,北京京师律师事务所合伙人熊超认为,广告创意者创作意愿不强,宁愿去借鉴、拼凑网上现有的内容,甚至是直接抄袭、蹭热点,这是广告侵权屡禁不止的主观原因。

一位文案从业人士吐槽说,在广告片的制作产业链中,文案承担着很重的创意任务,但薪酬相较商务、导演等来说,差距比较大,提成也较少。

熊超表示,相关法律逐年完善,保护力度也在加大。但是广告侵犯知识产权的事件时有发生,还有一个原因是,很多侵权案件都是以调解的方式去处理的,这减轻了当事人和司法部门的压力,但是大事化小或者用钱来解决问

题,起不到有效的警示作用。

“不论公益广告,还是商业广告,都应当尊重版权,依法获得作者授权,商业性质与否只是版权费用高低的一个考量因素。”张洪波表示。

熊超认为,广告主、广告制作者、广告发布平台都应建立严格的审核制度,提升从业人员保护知识产权的意识,进行相关业务培训。同时,在签订合同时,应明确相关责任。



发展特色农业 助力美丽城镇发展

5月23日拍摄的杭州市临安区太阳镇太阳米种植基地稻田(无人机照片)。

近年来,浙江省杭州市临安区太阳镇党委政府立足当地特色生态资源,通过推进特色种养殖、成立“浙”里稻香党建联盟、助农产销联谊站、打造浙西农夫市集等多种路径助推农业增效、农民增收、乡村发展,推动特色农业型美丽城镇创建,助力乡村振兴。

新华社记者 徐显摄

市场监管总局专项行动打击整治养老诈骗

集中力量查处并曝光一批典型案件

本报北京5月23日电(记者杨召奎)为贯彻落实全国打击整治养老诈骗专项行动部署会议要求,近日,市场监管总局聚焦涉老“食品”“保健品”等领域涉诈问题隐患,深入推进开展打击整治养老诈骗专项行动,切实维护老年人合法权益。

据市场监管总局相关负责人介绍,市场监管部门专项行动将围绕整治涉老“食品”“保健品”等领域涉诈问题隐患,加强市场监管,依法查处虚假宣传等违规经营行为。持续进行教育引导,切实增强老年人防范意识,提高识骗防骗能力。集中力量查处并曝光一批典型案件,惩处一批违法企业,整治规范食品、保健品市场秩序,推动打击整治养老诈骗专项行动取得实效。

此外,市场监管部门还将聚焦与老年群体日常消费密切相关领域,以非法宣称功能的食品及宣称具有“保健”功能的器材、用品、用具等产品为重点,加大对虚假宣传、虚假违法广告、消费欺诈等行为的查处力度,重点查处明示或暗示食品或者日用品对老年人具有保健、疾病预防或治疗等功能,对商品性能、功能等作虚假或引人误解的商业宣传行为,严厉查处食品生产经营环节违法违规行为,重点打击非法添加等违法行为。注重发挥信用监管作用,严格按照《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》规定,将符合条件的违法违规企业列入严重违法失信名单,依法依规实施联合惩戒。

我国将建设一批和美海岛

形成岛绿、滩净、水清、物丰的新格局

本报讯(记者杜鑫)通过开展和美海岛创建示范工作,建设一批“生态美、生活美、生产美”的和美海岛,促进海岛地区生态环境明显改善,人居环境和公共服务水平明显提升,居民收入显著提高,特色产业和绿色发展方式优势凸显,公众海岛保护意识普遍增强,推动海岛地区实现绿色低碳发展,促进资源节约集约利用,形成岛绿、滩净、水清、物丰的人岛和谐“和美”新格局。这是自然资源部近日印发的《关于开展和美海岛创建示范工作的通知》提出的目标。

据介绍,创建工作以单个海岛或岛群作为创建主体,以有居民海岛为主,兼顾少量已开发利用的无居民海岛。海岛所在县域及以下行政区域作为申报单元,县级人民政府作为申报主体。每5年组织一次评选,考评结果优秀的获得和美海岛称号。和美海岛称号有效期5年,期满后自动退出,可再次参加下一轮创建。

创建工作将坚持生态优先,以生态保护为重点内容,维护海岛生物多样性,加强生态修复,切实保护海岛及其周边海域生态环境;坚持人与自然和谐共生,在海岛资源环境承载力范围内,改善人居环境,提升公共服务水平,推动绿色发展,构建人与自然和谐共生的良好局面;坚持突出特色,依托海岛自然资源禀赋,传承历史和民俗文化,因岛制宜,保持特色风貌,发展特色产业,创建各具特色的和美海岛精品;坚持示范引领,树立海岛生态环境、人居环境协调发展的典范,为其他海岛提供可复制、可借鉴的经验,引领带动全国海岛保护利用工作。



全面“体检”助百姓清凉度夏

四川雅中送江西南昌±800千伏输电工程,日前开始了全线检修。通过对设备的全面“体检”,确保外电入赣大动脉安全稳定运行,为赣湘两省人民清凉度夏打下坚实基础。

有2000多名检修人员参与此次检修,赶在度冬和度夏用电高峰之间的窗口期,计划用13天的时间完成检修任务。

黄建军 卢翔 摄