

“红罐”之争庭审“擦枪走火”

审判长多次提醒“加多宝”与“王老吉”停止攻击



2012年,被称为“中国商标第一案”的“红绿王老吉之争”终告完结,广药集团胜诉,收回鸿道集团红色罐装王老吉商标权。但故事并没有就此结束,广药收回王老吉商标权后,两者就“红色罐装”的装潢权又打起官司。

本报讯 原定于4月22日开庭的加多宝与广药王老吉关于红罐外包装、装潢权一案,于15日上午9点在广东省高级人民法院四楼大法庭开庭审理。庭审现场火药味十足,双方发言都带有浓厚的感情色彩,审判长多次提醒发言要简明扼要,应停止攻击对方,友好表达本方观点和意见。

广药不仅要求加多宝停止生

产销售红罐外包装产品、销毁现有侵权产品,还提出1.5亿索赔要求。

加多宝则认为,加多宝公司是涉案知名商品包装装潢的权利人。加多宝公司的红罐凉茶采用王老吉后人的正宗配方,其口味与广药绿盒凉茶有明显区别,消费者对标有王老吉商标的绿盒与红罐两种不同凉茶产品已经形成

各自对应的区分性识别习惯。

庭审现场火药味十足,双方发言都带有浓厚的感情色彩,审判长多次提醒发言要简明扼要,应停止攻击对方,友好表达本方观点和意见。

●庭审焦点

加多宝设计红罐是否该拥有红罐?

焦点 1

“红罐”是否与“王老吉”商标密不可分?

焦点 2

“加多宝”和“王老吉”谁是知名商品?

焦点 3

王老吉与加多宝红罐装潢权争夺焦点在于商标权和装潢权是否分离。双方均在庭审过程中引述国家反不正当竞争法以证明自己为红罐装潢权的合理归属。

加多宝提出红罐外包装由加多宝设计并投入多年心血打造,是“知名商标”的部分属性,即使此前“王老吉”商标已判给广药,

但外包装与商标可以分离,理应属于加多宝,广药的行为损害了知名商品特有包装等权益。

而广药却认为王老吉商标与外包装不可分离,王老吉商标既已花落广药,包装同样也随之归属广药,所谓知名商品指的仍是“王老吉”,而非现在的“加多宝”。

法律专家认为,广药和加多

宝的装潢权之争,其实法律依据明晰,决定案件走向的关键在于双方的举证内容。 **本报综合**

●观点

可口可乐和百事可乐为何“打”不起来?

知名品牌战略专家李光斗表示,现在还很难预见结果,红罐装潢权究竟给谁不好说。但是,法律讲究法理依据,如果加多宝已经注册了红罐外观专利,那么法院就应该将红罐装潢权

判给加多宝。这场官司折射了我国知识产权管理乱象,对知识产权保护太混乱。

加多宝和广药的拉锯战,很难想象会在国外出现。国内企业习惯于同质化竞争,正如所谓的

“天下文章一大抄”。而在国外,企业更倾向于差异化竞争,比如可口可乐和百事可乐。他们在错位竞争,搞差异化,两家都可以共存共赢,并不是一定要恨不得你吃了我,我吃了你。

高盛的翅膀扇了一下,接连惊动了美联储、美国财政部、欧洲央行、德国央行……

中国央行为何追查彭博“泄密门”



彭博“泄密门”事件引发的不安情绪正像病毒一样蔓延。继美联储、美国财政部和欧洲央行之后,有消息称,中国央行也加入到追查彭博“泄密门”的行列之中。



迈克尔·布隆伯格

彭博创始人,以其个人能力将彭博通讯社发展为全球有名的通讯机构,三次任纽约市市长。

本报讯 不久前,人们发现彭博新闻社的记者和编辑可以查阅用户使用终端的情况。这一消息引发了彭博客户的恐慌,因为彭博如果能够监测到客户所热衷查询的信息页面,也许由此推测其将采取的行动。

据消息人士称,中国央行已开始调查彭博是否存在泄露机密信息的问题。管理着全球规模最大外汇储备的中国央行担心,旗下一个部门正管理着3.4万亿美元外汇储备,如果涉及外汇储备资产组合的任何交易活动被泄密,那么将给市场带来震荡。

央行等官方用户对数据安全的敏感度更高。此前,一位彭博前

员工承认,自己“因为兴趣”查阅过美联储主席伯南克以及前财长盖特纳登录彭博终端的情况,并表示彭博所有了解此功能的新闻记者都有可能曾经查阅过官方机构人员的使用信息。

彭博的另一大VIP用户——美国白宫拒绝对此事置评。总统办公厅(EOP)与彭博社在2008年8月至今年3月间共有38份合同,总额超过30万美元。

本周,欧洲央行、德国央行也开始追究此事。

近期,在对高盛某高管的采访中,彭博社一位记者提到该行一位合伙人已经很久没有登录彭博终端机,于是发问:“该合伙人

是不是离开公司了?”这引发了高盛对彭博社记者能够通过其终端机追踪用户信息的担忧。

彭博终端机除了为用户提供专业服务,使其监控、分析实时的金融市场数据并通过电子交易平台实时交易之外,还提供新闻、报价以及彭博的专属安全网络间的通信。据了解,彭博新闻社的2400多名记者通过终端系统可以获得比订户客户更多的信息。除追踪采访对象的联系方式以及个人家庭背景之外,他们还能通过内部系统查阅客户最后登录信息,这些客户查阅了哪些金融市场数据等。

(据《21世纪经济报道》等)

●背景

全球政商两界对彭博又爱又怕

彭博是目前全球最大的金融信息服务供应商,其数据终端系统“彭博专业服务”可以帮助客户查阅和分析实时的金融市场数据,并进行交易。目前使用该数据终端的客户遍布全球,包括交易员、投行、美联储、美国其他官方机构以及全球各大央行等。该终端年费为2万美元,目前

全球315000个用户每年为彭博贡献79亿美元的收入。

彭博的核心产品是彭博专业服务,通过其强大的信息、专家和咨询网络为全球重要的决策制定者带来关键优势。

尽管高盛爆出彭博的泄密丑闻,但是鉴于彭博终端长期以来已经成为全球金融从业者的

工作必备工具,这30多万用户中几乎没有人会仅因为数据安全而停用彭博。

彭博是目前全球少数同时拥有新闻记者以及数据资讯平台的信息供应商,其竞争对手还包括经营历史超过150年的路透社,以及正在进军数据资讯领域的道琼斯通讯社。

央视财经频道举行年度推介会

本报北京5月15日讯(记者王茂林) 5月15日下午,央视财经频道在嘉里中心举行“您所不了解的财经频道”2013年度推介会,向来自企业界、广告界、媒体界等的600多位嘉宾介绍并分享财经频道资源,发布新节目广告政策。

记者了解到,包括推介会上集中展示的知名品牌节目、品牌活动、特别节目、精品纪录片等在内,央视财经频道创新成长形成价值和影响力,目前以“5+2”模式全新编排,工作日强化纯财经、专业财经节目,周末推出多档创新节目,打造活力财经,这种全新编排被央视财经主持人形容为“五天说money,两天开party”。与“5+2”编排模式对应,频道在广告产品方面也将同步创新和丰富。

以数据的变化为开场白,中央电视台财经频道总监郭振玺在推介会上表示,经过3年零9个月的发展,央视财经频道如今已占到全国电视财经媒体85%的市场份额,这个数字背后的附加价值如何用更科学的指标来衡量,是他一直在思考的问题。

据介绍,央视财经频道正逐步推进专业化、国际化、产业化建设,频道的愿景是构建一个以财经电视频道为龙头,以财经数据库为核心,包括财经电视频道、财经报纸、财经杂志、财经广播、财经网络、财经数据库、财经研究机构在内的全链条财经信息服务平台。

今年我省将建120万亩高标准农田

本报济南5月15日讯(通讯员王海红 袁春雨 记者王茂林) 记者从山东省财政厅获悉,我省2013年农业综合开发土地治理项目计划已于近日下达,120万亩高标准农田建设任务将于年内完成。

根据计划,项目总投资16.28亿元,通过建设10208处水源工程、铺设5909公里输水管道、整修3720公里机耕路等内容安排改造中低产田、建设高标准农田120万亩,全部建成“旱能浇、涝能排”高标准农田。项目完成后,预计新增粮食生产能力1.9亿公斤。

我省百亿财政资金推动交通重点项目

本报济南5月15日讯(通讯员王海红 郭伟 记者王茂林) 从山东省财政厅获悉,山东省财政厅今年一季度共下达交通基础设施建设资金98.49亿元,充分利用春季最佳施工期,全力保障“十二五”规划交通重大项目顺利实施。

据山东省财政厅经济建设处介绍,一季度,省财政已拨付国省道建设及养护资金67.79亿元,农村公路建设及养护资金16.7亿元,港航基础设施建设和养护资金14亿元。其中公路建设方面,4个高速公路重点项目的开工建设完成比例平均在47%左右;65个普通国省道养护项目中,近60%的项目已开工建设,其余项目正在进行招标。