

“海尔曼斯”成马桶,臆怪不臆怪?

南京市中院审理判决马桶生产商侵权,赔偿8万元

提到“海尔曼斯”,南京可能无人不晓,这个以生产羊毛衫见长的地产名牌不但在南京拥有多处门店,在全国同样拥有很高的知名度。可正所谓“树大招风”,有市民在装饰城发现了“海尔曼斯”的马桶,并提出了质疑,进而引发了一起知识产权纠纷。

通讯员 高宣 快报记者 马乐乐



“海尔曼斯”还生产马桶?

去年上半年,市民李兵(化名)来到江北一家大型装饰城,准备给将要装修的新家购买洁具。一款价格不高、造型也不错的坐便器吸引了他,询问了价格后,李兵看到坐便器上标有“Haierms”、“海尔曼斯”的字样。

“海尔曼斯不是生产服装的吗,怎么也产马桶了?”李兵心中顿生疑惑。他看到马桶旁边的立柱盆上也标有“海尔曼斯洁具”的字样,于是咨询业务员,可是只得到含糊其词的回答。李兵没有当即购买,而是回头留了个心眼,查询到南京海尔曼斯集团有限公司的电话咨询。“我们只产服装,不产洁具。”他得到了肯定的回答。

这个电话引起了“海尔曼斯”的重视。公司派人来到装饰城,果然见到了这个与他们牌子一样的马桶。经过调查,他

们发现洁具的生产厂家是广东潮安县华鹏陶瓷有限公司。“你们卖衣服,我们卖洁具,互不相干的。”销售商陈某这样回答“海尔曼斯”的维权。

去年南京海尔曼斯集团有限公司以商标权被侵犯为由,将广东潮安县华鹏陶瓷有限公司和陈某一起告上了南京市中院,要求法院认定“海尔曼斯”为驰名商标,并要求被告承担法律责任。

告上法院获赔8万

海尔曼斯公司在法庭上拿出了大量证据来表明他们商标的“驰名”。南京中院审理后认为,“海尔曼斯”商标在公众中享有较高知名度,符合法律规定的驰名标准,可以认定为驰名商标。

尽管海尔曼斯公司的服装类商品与华鹏公司、陈某的卫生洁具等商品不属于同类或类似商品,但被告的行为是对海

尔曼斯公司注册商标的攀附使用,引起了消费者对“海尔曼斯”商标的错误联想,使之误认为标注了“海尔曼斯”和“海尔曼斯洁具”等文字或标志的卫生洁具、陶瓷制品系海尔曼斯公司生产和销售,以此吸引普通消费群,并降低“海尔曼斯”品牌在相关公众中的知名度和影响力,最终损害该商标的商业价值。

日前,法院判决被告立即停止侵犯海尔曼斯公司“海尔曼斯”商标权的行为,停止将“海尔曼斯”标志或文字在卫生洁具、陶瓷制品的生产和销售及包装、经营场所中使用、刊登启事消除因侵权行为造成的影响;赔偿损失8万元。

宠物用品也傍上“海尔曼斯”

事实上,“海尔曼斯”并非只被马桶侵权。去年,还有卖宠物用品的商家“傍”上了“海尔曼斯”。

去年9月初,海尔曼斯公司发现互联网上有个域名为“www.haiermansicn.cn”的网址,打开网页跳出的竟是一个销售宠物用品的网站。公司发现,这个网站叫卖的各种宠物用品,其品牌也叫“海尔曼斯”。

海尔曼斯公司经过了解,发现这个网站的主人姓邵,其还注册“www.海尔曼斯宠物用品.com”的网址。公司经过交涉,对方却说“跟你们没关系,是我随便起的”。无奈之下,海尔曼斯公司将邵某告上了黑龙江省伊春市中级人民法院。

法院审理后认定“海尔曼斯”文字及图形商标为驰名商标。

法院还认为,邵某将与该企业注册商标文字相同的中文名称及其汉语拼音极为近似的“haiermansicn”在互联网上注册为域名,侵犯了原告注册商标专用权,依法应停止侵害,并向南京海尔曼斯集团有限公司支付侵权赔偿金1000元。

■相关新闻

“杰安特”傍上“捷安特”

如果说“海尔曼斯”牌的马桶和宠物用品与羊毛衫还有相当大的差距的话,那么出现在江苏无锡的“杰安特”电动车就是确凿无疑的“傍大款”了。

早在1992年12月和1994年9月,知名的巨大公司就经核准分别注册“GIANT捷安特”及图形组合商标以及“捷安特”文字商标。“捷安特”早已成为家喻户晓的自行车品牌。

然而,去年在国内的《电动车市场》杂志上,一则电动车广告引起了不少人的注意,“走进‘杰安特’,感受新生活”的广告语很是显眼。刊登这则广告的叫杰安特机车公司,生产的电动车牌子叫“杰

安特”。巨大公司随即走进法院进行维权。

法院认为,在“捷安特”的品牌已经有较高的知名度情况下,“杰安特”的广告宣传,具有主观恶意,客观上会使一般消费者对“捷安特”电动车与“杰安特”电动车的来源产生混淆,误认杰安特机车的电动车来源于巨大公司,或与巨大公司有某种联系。

法院认定“杰安特”构成商标侵权和不正当竞争,应承担停止侵权、赔偿损失的法律赔偿责任,于是判决杰安特机车立即停止在企业字号及经营中使用“杰安特”文字,销毁含有“杰安特”文字的广告宣传资料,赔偿巨大公司经济损失15万元。

■名词解释

驰名商标“跨界禁用”

根据《商标法》的相关规定,“跨界禁用”是驰名商标的特权,这也就是“海尔曼斯”马桶被禁止使用的原因所在。而更多的非驰名商标,则只在其工商注册范围内受到保护。国内不少拥有相当知名度的商品、人名、地名,

就是因并非驰名商标,又缺乏品牌保护意识,被人抢先注册,结果只能吃闷亏。

法院提醒说,企业应当在经营中积极、规范使用自主商标,培育商标知名度,加强自我保护,努力形成著名商标、驰名商标。

医院看病也搞VIP,公平不公平?

今年是奥运年,许多夫妇想生个“奥运宝宝”,这使得医疗资源更为紧张。与此同时,一些医院推出VIP病房,此举被很多人视为挑战医疗公平。

两面不讨好:普通病人不满,VIP也不满

南京的陈东和先生陪着怀孕的妻子去医院做检查,发现总有人在前面插队,一打听,才知道这些插队的人是住VIP病房的,检查时不用排队,由主任医师接诊。这让他非常不解,让他觉得自己低人一等,因为医院将本应一视同仁面向全体民众的公共资源优先给了少数人。

然而,VIP会员觉得自己并没得到优质服务。王刚告诉记者,他妻子住在VIP

病房,现在VIP会员越来越多,检查也要排队,经常一等就是近1个小时,一圈下来要大半天。另外,自己本想提前两天安排妻子住进VIP病房的,可医院说只有等生孩子时才能住单间,生下来后才住了5天VIP病房,医院就开始催着出院,原来,后面的VIP会员等着住进来。自己到目前已花了6000多元,几乎是普通病房的2倍多,但得到的服务并不是物有所值。

为啥设立VIP:院方:为满足不同阶层需求

近年来,一些医院设立了VIP病房。

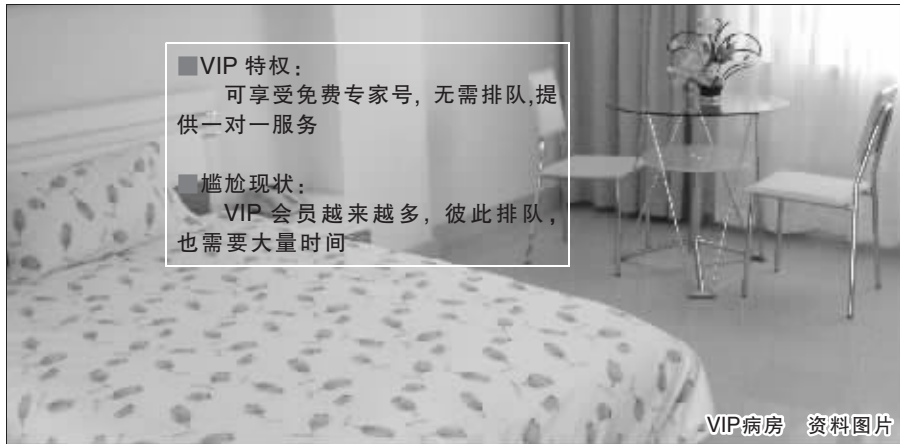
在南京市妇幼保健院,VIP会员卡分1600元和2000元两种,VIP会员可享受免费专家号,无需排队,提供一对一服务。江苏省人民医院的康馨病房分A、B、C三个等级,A、B为豪华套间,C为标准间。在医疗服务方面,VIP病房承诺有专门的医护人员提供服务。

复旦大学附属华山医院马昕博士说,就像饭店有大厅和包厢一样,医院同时开设普通病房和VIP病房,是为了满足不同阶层的个性化需求。他说,VIP病房只是提供物质条件服务;在医疗服务方面,

VIP会员享受与普通病人一样的服务,并没有挤占更多的医疗资源。该院医生每天查房是先查普通病房,再查VIP病房。另外,VIP病房相对较高的收费可以让医院增收,这部分增收可用于补贴普通病房,让普通患者只须支付相对较低的费用也能享受空调、沙发等服务。

一些公立医院认为,VIP病房是经过卫生部门审批的,收费不算贵,“私立医院生一个孩子要两三万元”。

记者发现,目前,不少公立医院在积极筹建和推销VIP病房,但面对记者采访却三缄其口,有的甚至拒绝接受记者采访。



社会热议VIP:应首先保障普通患者最基本需求

产妇顾晓玲说,比起那些VIP会员,想想自己躺在过道的病床上,感觉很可怜。她认为,VIP制打破了医疗公平。反过来,如果大家多交费,都成了VIP会员,那就没有了VIP,人人又都一样了。因此,真正得利的是医院,而不是患者。

记者在南京市中医院等多家医院看到,有一些患者因为病房紧张,不得不挤在过道的病床上,但医院人士介绍,95%的患者的就医需求是能够得到保证的。

南京市卫生局一位负责人认为,随着社会经济的发展,满足人们日益增长的物质需求是必要的。

复旦大学经济学院公共经济系教授蔡江南说,医疗卫生体制改革沿袭经济改革的做法,即政府在财政支持下撤退,医疗卫生机构走向市场。目前,政府给予医疗卫生机构的预算

支出只占医院总收入的少部分,医院只能通过创收取得收入。因此,尽管目前名义上大部分医院仍归国有,事实上已成为自负盈亏的经济实体。

南京鼓楼医院主任医师张德平认为,从道德角度来看,医疗的功能主要是改善人的生存状态,促进社会平等。医疗公平是当今最重要的公民权利之一,其主要原则是医疗服务不应受患者非健康因素影响;第二原则是医疗服务应与患者的健康特征相适应。因此,作为公共产品,医疗资源不应像市场产品一样进行分配,医疗公平不应理解为花多少钱消费多少服务式的平等。从法律层面看,医疗公平取决于医疗资源的分配机制,医疗资源应被平等地分配,除非这种不平等分配有利于社会弱势群体。另外,我国卫生资源紧缺,同时存在卫生资源浪费,其原因部分在于过于宽容某些社会成员的个人利

益,因此必须杜绝资源浪费。医疗资源的分配机制应当遵循公平性原则、有利于社会弱势群体的差别原则,以及效益原则。因此,医院应首先保障普通患者最基本的医疗卫生需求,其次才给有条件的患者提供适当的物质消费,两者在接受医疗服务上应是平等的。

一家三甲医院的护士长吴静对公办医院设立VIP病房持反对意见,她说,“保证人人享有基本卫生保健”是我国新的医疗卫生改革的基本目标之一。目前广大群众看病难、看病贵的问题并没得到根本性改善,VIP病房实际上是将患者划分等级,背离了公共医疗机构的服务宗旨。她建议,医院应当大量增加床位,鉴于患者休息需要安静,多增加单间或双人间数量。医院必须使更多的人享受更全面、更经济的医疗服务。

新华社记者 顾焯 朱佳沅

■链接

遍地VIP

“VIP”译成中文就是“非常重要的人”、“大人物”,在服务领域,VIP可谓遍地开花——

最大众化的VIP

如今,小到卖衣服的小店,大到大型购物商场,无论你走到哪里都有张VIP卡,不是大折扣就是多点积分,说白了就是招揽顾客的一种手段。但好歹,总算有点实惠。

最受争议的VIP

提到引起广泛争议的“VIP”,还得数银行VIP了。普通市民去银行办理业务都得排队吧?可你排了哪怕一两个小时也轮不到,却总有人会在你前面“加塞”,很快就办好了手续——这些人就是银行VIP,他们在大厅里也享有特权,可以优先办理业务,这让辛苦排队的普通客户感觉不舒服。

最公平的VIP

这可能要数航空公司的头等舱和经济舱了。只要是乘同一架飞机,无论是头等舱,还是经济舱,每个人都以同样的速度抵达目的地。