

『国酒茅台』改『贵州茅台』
国字头商标争议在哪儿

据有关媒体报道,从6月30日开始,“国酒茅台”正式改叫“贵州茅台”,告别了曾经使用多年的“国酒”宣传语。6月29日上午,茅台微信公众号名称由“国酒茅台”悄然更名为“贵州茅台”。而打开茅台酒股份有限公司网站,上面也没有了“国酒”字样。

“国酒”二字的变化,意味深长。过去17年间里,茅台就国酒商标曾9度发起申请,均被驳回。6月12日,茅台集团公司党委书记、董事长、总经理李保芳表示,“国酒茅台”商标将于6月30日前停用。茅台的商标表述更名后,是否影响其销售?“国”字头商标存在哪些争议?



店铺“国酒茅台”字样拆除
店员表示销售未受影响

随后,记者来到安徽滁州中都大道“国酒茅台”直营店,可以看到,店铺正门原来悬挂的“国酒茅台”四字招牌已被拆除,但仍能看出原先字体的痕迹,进门的玻璃上贴着“店面升级中”的提示。

当记者问道:现在为什么要改名了?

店员回答道:厂里面升级装修,国酒去掉了。那是历史的问题,不是我们的问题。股份有限公司酒,你看我们这其他酒一律不得上。每个都要授权书要下过文的才能上架。”

直营店展示柜里虽有各种茅台酒展示,但只有价位999元的43度茅台有货。直营店负责人介绍,6月29日接到公司通知,要求把与“国酒茅台”相关的包括橱窗展示图片等全部下架,由于新的展示内容还没有,宣传橱窗里一片空白。

记者:“换牌子对你们可有影响?”

负责人:“没有影响,我们总共就来一百多箱酒,连我们的团购客户都保证不了,这所有的酒都挂茅台股份有限公司,其他的茅台镇的酒他就不敢写这东西。”

律师:“国酒”字样误解他人
不会被批准使用

公开资料显示,茅台首次向国家工商总局商标局提交“国酒茅台”商标注册的申请发生在2001年9月,最接近成功的一次也是茅台最后一次发起申请,是2012年7月,茅台集团申请注册的“国酒茅台”商标获得初审通过,但在3个月的公示期内,工商总局商标局收到了多家酒企提交的异议书近百份。

汾酒:“如果驳回异议,我们继续申诉。还要再申请复议。”

五粮液:“我们相信国家局能公平公正依法不予注册的裁定。”

国家商标评审委员会在决定书中认定,“国酒茅台”这一商标中的“国酒”文字成为茅台集团注册商标的组成部分独占使用,易对市场公平竞争秩序产生负面影响,不予

核准注册。过去17年中,茅台就国酒商标曾9度发起申请,均被驳回。

北京岳成律师事务所律师岳岫山表示:“根据商标法规定,商标应该具备显著特征、便于识别,不得与他人先取得的合法权利冲突。另外带有欺骗性,容易使公众对商品质量等特点产生误解的,就会被否定,不允许注册为商标。国酒茅台本身可能不具备显著性,另外容易导致他人产生误解,认为这是国家级、国家标准的,误解国酒是中国最顶级的,所以这样的商标是不会被批准使用的。”

6月12日,茅台集团公司党委书记、董事长、总经理李保芳表示,“国酒茅台”商标将于6月30日前停用。改名风首先吹向了经销商,记者采访贵州贵阳观山湖区一家茅台经销商负责人,对方表示,改名未对目前销量产生影响。

经销商:“客户认得的‘茅台’,无论前面两字怎么改,认得是茅台的品质,只要酒的品质不变,消费者一样认可。觉得商标不带国字号,对国家形象也好,大家都打国字号,有人就会利用这个商标做违法的事,对国家也是损坏,清理整顿下也是好事。”

事实上,不少酒企在一致反对茅台注册“国酒茅台”商标的同时,也觊觎着“国酒”这个金字招牌,或是在打“国酒”擦边球的主意。法律专家、北京岳成律师事务所律师岳岫山认为,“国酒”的表述容易产生误解,被认为是“国家级的”,“国家级”在广告法是被限制的,在商标法中容易引起误解。

岳岫山称:“一是国家管理部门是否会对他们的行为作出相应的限制和整改的通知,他们对广告用语和商标使用方面,有监管的职责。其他的经营参与者、消费者也有权利去举报这种违法使用的情况。最终的裁决还是国家注册机关或者广告管理部门,甚至人民法院来裁决他们的行为是否构成不正当竞争行为。”

(车丽 张兆福 张建亚)

禁止中小学周边售烟
“100米”究竟怎么量?

近日,一篇题为《校园周边禁售烟草规定形同虚设?》的报道,引起北京市昌平区相关部门的重视,及时去现场核查并作出反馈,称经该区市场监督管理局和烟草专卖局核查售烟点与幼儿园距离“均超过100米,符合合理布局规定”。烟草专卖局给的测量标准是“步行距离”,需要绕行各种行人过街设施,而非两点间直线距离;而记者测量的直线距离,都在100米内。那么,对于法律规定“100米”,究竟该如何界定?

测量方法不同
结果相差几十米

日前,记者来到现场,发现喜文隆超市与赛亚宝贝幼儿园中间的马路发生了很大变化:原来护栏中间可供行人穿过马路的空隙现已全被护栏挡住;而喜文隆超市内之前没有的“不向未成年人出售烟草制品”的标识,如今也已贴在店内。

随后,记者用百度地图软件测量了喜文隆超市与赛亚宝贝幼儿园两家单位的直线距离,结果显示:当记者站在幼儿园西门时,软件显示距离喜文隆超市的直线距离为43米。

不仅如此,赛亚宝贝幼儿园距离路口的一家名烟名酒铺直线距离是96米,而与该名烟名酒铺比邻的华联生鲜超市内同样有烟草销售,与幼儿园直线距离也在100米之内。

而昌平区烟草专卖局在回复中称,根据《北京市昌平区烟草制品零售点合理布局规定》第十条明确的测量方法,执法人员利用专业测量工具再次实地核查,该店距离赛亚宝贝幼儿园西门110米,距离幼儿园南门166米,均超过100米,符合合理布局规定。

为何昌平区烟草专卖局的测量与记者的测量有这么大的差距呢?

采访中,昌平区烟草专卖局相关工作人员表示,他们是从烟草销售点正常使用的出入口开始测量,靠马路右侧行走,中间设有隔离带的要绕行人横道或过街天桥通过,直到走到幼儿园、中小学校的出入口。这位工作人员说:“我们认为这‘100米’距离是为确保青少年步行100米不能买到烟,而不是直线距离的100米。”

专项检查发现问题
“步行距离”引发争议

采访中,记者从本市一名控烟志愿者处得知,早在他们对中小学校周边售烟点进行专项检查时,就已多次遇到过类似情况。

“用烟草专卖局的测量方法,计算的并不是从烟草销售点到中小学校、幼儿园的直线距离,而要求公众

从售烟点出来后不能直接过马路,而要进行各种绕行。而在实际情况,有很多小马路中间并没有护栏或斑马线,行人都是直接通过的,很少有人会到路口绕行。”该志愿者无奈地说,“这里很明显是偷换了概念。100米限制是尽量让孩子远离烟草影响,而不单纯是买包烟所跑的距离。”“我们普通老百姓谁也不会拿尺子去丈量售烟点离学校、幼儿园到底是100米还是110米。但我相信法律在学校周边禁烟,也不是仅限于让孩子走100米买不到烟就合格了吧?难道眼看着马路对面各种吞云吐雾的场景,对青少年就没有不良影响吗?”一位家长付女士质疑道。

律师:按直线距离计算更合理

对此,北京德恒律师事务所顾问张广表示,关于对《北京市控制吸烟条例》中“在幼儿园、中小学校、少年宫及其周边100米内”的理解,涉及到对规范性文件含义的解读。而对于法律法规中出现的数字、年限等计量标准,必须是通用标准或者国家标准,这些标准一定是客观标准,即两个位置之间的空间物理距离。条例中并没有特别指出这“100米”是“步行距离”,就不能将其直接解读为“步行距离”。

对于烟草专卖局规定测量方法,张广分析,他们依据的是《道路交通标志和标线第3部分:道路交通标志、标线的距离,交通标线中的人行道、地下通道、隔离栏等设施很多是对行人和机动车适用,所以在此规范中按照步行距离测量有一定的合理性。但是,《北京市控制吸烟条例》中所指的学校跟烟草销售点是两个明确的地理位置,并不适用于步行距离。因为,步行距离是一种主观距离,每个人的具体情况都是有差异的。“我认为,控烟条例中的‘100米’,就是两个位置之间的客观物理距离,应当按照空间直径辐射的方法计算更为合理。”(刘欢 马君宁)