



4月26日,东营市“4.26”世界知识产权日宣传咨询活动在新世纪广场举行。活动现场,一位小朋友带着立体眼镜观看科技大篷车带来的3D影像。还有不少市民观看相关宣传材料,咨询问题。本报记者任小杰 摄



东营公布知识产权十大案例

一审知识产权案件调解撤诉占九成

本报见习记者 王瑞景 本报通讯员 张江涛

4月26日是世界知识产权日。26日上午,东营市中级人民法院召开新闻发布会,公布了十大知识产权典型案例。2010年至今,市中院累计受理知识产权民事案件73件,一审知识产权案件调解撤诉率高达90.1%。

市中级人民法院副院长郑少锋介绍,受理案件呈现出标的额大、技术复杂的特点。商业秘密、特许经营、计算机软件著作权等案件有了较大增长。

联合办学终止 仍打旧招牌赔5万元

东营某培训学校曾与北京李阳疯狂英语培训中心联合办学,双方联合办学协议终止后,该校在对外招生宣传中,仍然使用“李阳疯狂英语”、“疯狂英语”字样及与北京李阳疯狂英语培训中心注册商标近似的文字图案。

东营中院一审判决认定,“李阳疯狂英语”为知名服务商品,被告的行为构成不正当竞争。判决被告立即停止不正当竞争行为,公开向原告赔礼道歉,赔偿原告经济损失5万元。山东高院二审维持了一审判决。

不同类产品 使用驰名商标赔10万元

万达集团公司,山东万达电缆公司是“万全”注册商标的专用权人,“万全”商标在电线电缆领域具有广泛的知名度和美誉度。万达集团发现东营市某石油机械公司在其生产的离心泵产品上使用“万全”商标,并投入市场进行销售,遂将其告上法庭。

东营中院一审判决认定,原告注册并使用在电线、电缆上的“万全”商

标为中国驰名商标,应当给予跨类别的保护。被告在离心泵产品上使用该商标的行为,侵犯了原告的注册商标专用权。判决被告立即停止侵权行为,赔偿原告经济损失10万元。

无视公告 明目张胆侵权

张某某、王某某是“长调距水泥固定座”实用新型专利权人,于2007年3月7日被授权公告。两人发现某公司和某采油厂制造、使用、销售该专利产品,造成他们专利产品销量大量减少,因而将其诉至法庭。

东营中院一审判决认定,两被告侵犯了原告的专利权。判决被告某公司立即停止使用、销售侵犯原告专利权的涉案产品,并赔偿原告经济损失8万元;被告某采油厂立即停止使用侵犯原告专利权的涉案产品。山东高院二审维持了一审判决。

专利许可使用费 数目引争议

刘某某是“油管锚定及泄油装置”实用新型专利权人,东营某公司自行生产销售的“多功能油管

锚”使用了涉案专利技术。原告主张参照该专利许可使用费的倍数,判令被告赔偿其经济损失40万元。

东营中院一审判决认定,刘某某系涉案实用新型专利权人,被告侵犯了原告的实用新型专利权,判决被告立即停止侵权行为并赔偿原告经济损失10万元。山东高院二审裁定按撤回上诉处理,执行原审判决。

乱用他人摄影作品 赔偿一万七

丁某某是摄影作品《莺歌燕舞》、《日出油田红似火》、《胜利油田风光》的作者,发现东营市某旅行社未经许可,在发行的《风光独秀—黄河口》宣传册上使用了他的上述作品,认为其侵权行为侵犯了自己的著作权。

东营中院一审判决认定,原告丁某某是涉案摄影作品的著作权人,被告未经许可擅自使用涉案作品,侵犯了原告的著作权。判决被告向原告赔礼道歉,立即停止侵权行为,并赔偿原告经济损失17000元。

产、销、用三家全成被告

霍某是一种排放阀的实用新型专利权人,该专利实现了“一体双阀”,即阀门的双开启与双关闭。霍某发现此专利被侵权,遂将制造产品的某阀门厂、销售涉案专利产品的某公司,使用涉案专利产品的某石油化工公司均诉至法庭。

东营中院一审判决认定,被告某阀门厂侵犯了原告的专利权,并判决其立即停止制造侵犯原告专

利权产品的行为,并销毁专用生产模具,库存涉案侵权产品,赔偿原告经济损失12万元;判令其余被告停止销售、使用行为。

超出授权期限打输官司

广东某文化发展有限公司曾是电影《合约情人》经合法转让的权利人,发现东营某单位在其经营管理的网站上有影视频道栏目,可以在线播放《合约情人》,以该单位未经合法许可侵犯了其信息网络传播权为名诉至法院。

东营中院一审判决认定,原告主张权利的时间已超出授权书上2年的授权期限,其授权已无效,作为本案当事人不适合,驳回了原告的起诉。山东高院二审维持。

非法使用专利 法院调解支付41万元

王某某、邵某某是北京某研究所的退休工程师,是“一种防腐管道及制造方法”、“一种可同时喷涂管状件内外表面的喷釉系统”、“一种可同时喷涂管状件内外表面的喷砂系统”三项发明专利的专利权人,发现东营某公司未经许可,制造并销售专利产品,侵犯了其专利权。

东营中院审理查明,原告是涉案三项专利的专利权人,原告与被告曾经有过长期的技术研发合作关系,后被告进行了技术完善、实验等。在查明该事实基础上,法院通过调解促使双方达成了和解协议。被告支付原告专利使用费及其他费用共计人民币41

万元,取得涉案三项专利的继续使用权利直至有效期届满。

超范围经营 被告侵犯商标权

杭州某服装公司是“轩”牌系列商标的合法权利人。发现东营某商场未经合法授权,经营销售“轩”牌服饰,以商场冒用企业名称,侵犯了注册商标专用权的名义,将其诉至法院。

东营中院一审判决认定,被告经营的轩牌服饰并非假冒涉案注册商标的产品,而是由原告的北京地区总代理设立的专柜。原告的地区代理商超出授权范围销售产品的行为与被告无关。被告商场不存在冒用原告企业名称的情形,而是区域代理商违反代理合同,超出代理区域销售产品,不属于知识产权纠纷。

七匹狼被侵权 告倒一大片

福建七匹狼实业股份有限公司是“七匹狼”汉字及“飞狼”图形注册商标专用权人。七匹狼公司发现并经公证,东营境内七家超市和商场内出售带有“奔狼”等标识的皮带、钱包,该标识与其公司的注册商标相似,但并非其公司生产或者授权生产销售的。

东营中院审理查明,原告是“七匹狼”文字加图形注册商标专用权人,该商标已被国家工商总局认定为中国驰名商标。被告所销售被控侵权商品上的标识,与原告涉案注册商标构成相似。经调解,双方均达成庭外和解,原告撤诉结案。

五·一家电狂欢,大商独领风骚

大商电器入驻东营五年来,在东营市场消费者心中已然形成了“买家电,到大商,花钱不后悔”的社会共识。2011五一家电大促,大商电器为回馈油城消费者,25日即全面引领五一家电促销早高峰的到来,没有花哨的五花八门营销模式,大商电器一次性将优惠的幅度直降到底,家电满1000返400元(最高)、四重实在大礼劲送,提前引爆五一家电大市。

新品荟萃,打造超级家电盛宴

“五一”是今年上半年最为重要的促销节点,大商集团、大商电器联合家电厂家,在新品筹集、资源调配上做好了最充分的准备,3D彩电、高科技小家电、智能手机、节能电器各种品类电器一应俱全,在充分保障货品与货源的前提下,更为油城消费者准备了足量的特供品、限量品以及独家营销活动,提供给东营消费者最实惠的促销价格、最潮流的家电新品、最高端的购物体验。

据悉,传统大家电方面,大商电器精心准备了各大品牌多款最新的顶天3D电视新品,如夏普电视最经典LX710A、LE700A系列,长虹的欧宝丽系列,创新搭载Android版酷开智能3D系列新品等等。厨卫小家电的货源准备丰富品类多样,包括豆浆机、酸奶机、

面包机、微波炉、油烟机、电磁炉等个性创新小家电,保准让喜欢“尝鲜”的年轻人轻松面对居家生活;能听音乐、上网玩游戏、看电视的时尚娱乐的智能手机更是您五一与亲朋交流的最新话题。

满1000送400,疯狂让利捡便宜

据悉,大商电器在五一之前率先打响家电促销大战,大商电器作为覆盖全国的家电连锁企业,充分依托其庞大的销售规模、布局全域的终端店面、完善的售后服务,提前和家电厂商签订合同集中采购,减少中间环节,实现单品的最大优惠。对于即将到来的五一黄金周,大商电器更是与上百家家电厂商共同打造五一购物狂欢节,把整体价格拉低一个层次,让消费者用更低价也能买到好家电。

据悉,全部家电全场满1000最高送400(券+赠品),价格降到底线,四重大礼豪放,特价机低至1折起。25日开始接受预约订筹,提前预约者,交100抵200元,并送价值299元的神拖,除此之外还可享受低至1折起的特价机资源。此外,以旧换新优惠10%、家电下乡节省13%,最低保价50天等优惠让您更添购物实惠。五一买家电,来大商电器——省钱不后悔!

泰山原浆啤酒受市民推宠

4小时车程重金打造最较贵的啤酒

“从灌装线直接进酒杯,只有酿酒师才有机会品尝到的啤酒原液,如今我们东营市民也可以尽情享用!”近期,泰山原浆啤酒的热火上市,4小时车程从泰山直接送到东营市民餐桌,彻底让市民感受到什么才是最极致新鲜、营养丰富的好啤酒!

继3月泰山啤酒在东营成

功推出口感独特,备受市民喜爱的泰山黑麦黑啤酒后,泰山原浆啤酒重金打造极致新鲜概念,第一时间让东营各阶层广大市民都能品尝到营养丰富的“啤酒原液”!

据悉,泰山原浆啤酒直接取自发酵罐中,100%全麦啤酒原液,不经过滤,酒体自然浑浊,更营养,更新鲜。同时,为

保证让东营市民第一时间品尝到极致新鲜的啤酒原液,泰山啤酒工业园生产线都是每天凌晨2、3点加班生产,以迅捷的物流模式做保障,采用厂家直送模式,第一时间将新酿出来的泰山原浆啤酒直接从生产灌装线上送到市民餐桌上,让更多的市民品尝到极致新鲜、营养丰富的原浆啤酒。

昌河汽车亮相齐鲁车展东营展

2011年4月15日-4月17日,东营齐鲁车展在黄河公园盛大举办,东营诚达携昌河汽车全系车型亮相齐鲁车展会,目的在于利用车展的超旺人气和媒体的集中关注,加强对重点车型的有效宣传,通过静态展示和现场销售人员对车型的推广,扩大集客,增加终端销量,提升昌河汽车的品牌形象。

此次车展,东营诚达出动了利亚纳、浪迪、福瑞达、北斗星等众多车型参展,从微客到家轿,从基本款到加长款,昌河汽车凭借时尚的动感元素,超值的节油性能赢得了众多消费者的青睐。

为最大程度地展示昌河汽车的品牌魅力,向消费者传递品牌内涵,现场通过模特展示、互动问答等多种活动形式

来增强品牌吸引力,精心布置的展位,训练有素的销售员、热情真诚的接待,现场的汽车知识讲解,昌河汽车技术推介更是吸引了众多客户的光临,客户是直奔展位而来,只为选一辆心仪的昌河汽车。

期间,昌河汽车向广大消费者展示了优秀的车型和经销商的实力,给消费者打造了一个活力四射的汽车盛宴。