

执法咨询委员会

第八届会议

2012年12月19日和20日, 日内瓦

打击交易会上的假冒和模仿行为:
巴塞尔世界专家小组

由法律部门负责人、巴塞尔MCH集团有限公司的专家小组秘书和巴塞尔世界 (BASELWORLD)
世界钟表珠宝展览会专家小组秘书克里斯托弗·兰兹先生编拟*

一、概述

1. 交易会是体现经济的一面镜子, 是一个展示新颖产品的场所, 一个凝聚创造力的平台, 但也为产品和服务造假人员从事非法行为提供了机会。交易会和展览为获得竞争者信息、发现新产品提供了绝佳机遇。另一方面, 展览也有助于打击假冒行为, 因为这为制造商和服务提供商提供了识别假冒产品和服务以及潜在威胁的一种简单方法。
2. 巴塞尔世界是一年一度在巴塞尔(瑞士)举行的全球顶级钟表珠宝展, 吸引了全世界 1,800 多家参展商、104,000 多位观众和 3,300 位记者参会(所有数据均来自 2012 年巴塞尔世界)。据估计, 每年全世界价值数十亿美元的钟表和珠宝业务, 绝大部分是在这为期八天的展会期间达成的。
3. 专家小组是巴塞尔世界交易会的 *内部仲裁法庭*, 工作内容涉及对展会期间知识产权侵权行为的投诉进行处理。受限于地点(如在巴塞尔的展厅里)和展会持续时间, 投诉程序是临时的, 但其裁决的影响却远远超出了这个范围。它保证 24 小时之内便可向投诉成功的申请人授予临时法律保护, 并确保知

* 本文件中表述的观点为作者的观点, 不一定代表 WIPO 秘书处或成员国的意见。

识产权在展会上得到尊重，和平得以维持。该专家小组已成立 28 年，在 1985 年至 2012 年间曾就 824 个案件做出了裁决。

4. 事实证明，这类法院外争议解决(ADR)活动是成功的。尽管假冒问题已在全世界范围扩散，尤其在奢侈品方面，但是巴塞尔世界专家小组的案件数量已从 90 年代的每年 40 件降至 2001 年至 2009 年间的每年 30 件，而最近三年每年的数量更少于 20 件。

5. 专家小组的裁决在展会期间且在巴塞尔世界展厅内具有法律效力。但是，这些裁决的长期影响远远不限于此：这些裁决经常被瑞士和国外的普通法院当作专家意见使用，因此成为各国裁决外观设计或商标案件的第一步工作。

二、瑞士钟表业的假冒和模仿问题

6. 假冒是奢侈品行业特别是钟表业的一个重大问题。2011 年，瑞士钟表业出口的钟表价值 19.278 亿瑞郎。瑞士现有 5 万多人从事钟表行业。据估计，每年约有 4,000 万块假冒手表进入市场。这意味着，钟表业每年会损失约 8 亿瑞郎。2011 年，瑞士海关当局在边境没收了 3,180 起案件中的假冒产品。所有这些数据表明，钟表业深受这一祸患的影响。因此，在该行业最重要的贸易展会上打击假冒产品非常符合他们的利益。

三、专家小组的起源

7. 二十世纪八十年代初，知识产权权利人发现，他们在钟表珠宝展会上越来越多地面临外观设计赝品、品牌侵权和不正当竞争问题。他们被迫以其能采取的唯一方式，即借助巴塞尔市州民事法庭，做出反应。为此，这些民事法庭颁布了适用于展会期间的临时措施。截至 1984 年，这八天的法律案件数量已增至 30 多起。展会期间，这些法庭几乎都在忙于处理这些案件。大量的负面报道也起了副作用。展厅内到处充斥着不稳定和不安的气氛。展会管理方不得不找出一种方法对这种情况进行处理，于是便以专家小组的形式创立了一个内部仲裁委员会。现在，专家小组负责落实巴塞尔世界期间的临时措施，效力仅限于展会场地。专家小组活动的法律依据载于参展商与展会管理方所签合同的补充规定之中。为此，每个参展商都认可专家小组为仲裁委员会，并同意遵守专家小组做出的任何裁决。瑞士民事诉讼法在诉讼程序中也起着辅助作用。

四、专家小组的程序

8. 由于巴塞尔展会期限所限，且由于一些侵权行为仅在展会期间才被发现，专家小组的裁决也必须毫无拖延地在 24 小时内做出，因此，有关程序应当尽可能简化，这一点至关重要。任何声称发现了一个受保护设计的赝品或一个品牌受到侵权的参展商或非参展商均可提出诉讼。专家小组不会主动采取行动；所有行动均由投诉方主导。

9. 投诉须于当天 16:00 之前向专家小组提出。不过，前提是投诉方须提供经过证实的所涉知识产权(外观设计、商标或发明)的证明，且在瑞士有效。此外，投诉方须向专家小组提供有关知识产权的原始物品样本，以便进行比较。最后，投诉方还需支付一笔费用(现为 2,200 瑞郎)。之后，专家小组会立即向被投诉方展台派出一个由两名成员组成的代表团。投诉方须在此地找出被指控造成侵权的物品。然后，专家小组会向被投诉方提供为其自己辩护的机会，甚至可能会坚持立即进行。最常见的争

议，原始物品在外观设计或品牌方面与所涉物品不同；另一常见争议为，所涉产品在投诉方产品的知识产权注册之前便已投入市场。

10. 专家小组于每天 17:00 举行闭门会议，对当天提出的所有待处理投诉进行辩论，并做出裁定。同时还会撰写书面裁决。第二天自 09:00 起，在 15 分钟的会议上向相关方下达专家小组的裁决。若投诉被驳回，会允许被投诉方继续展出所涉产品。若投诉成功，被投诉方需签署一份承诺书，认可专家小组的裁决，并同意避免进一步侵权。这包括撤出商品、撤出带有争议商标的产品，或撤出广告材料，甚至可能更改展位标牌，并向展会管理方支付一笔费用(现为 4,000 瑞郎)。

11. 专家小组的裁决立即生效，且须立即执行。展会管理方可根据需要采取进一步措施，包括关闭参展商的展台，确保专家小组的裁决可在投诉后 24 小时的期限内执行。情节严重时，将不许参展商参加下一届展会。

五、专家的判断

12. 专家小组的工作，特别是其裁决的可执行性，取决于其评估的质量如何。专家小组的成员每年由展会管理方选出。专家小组成员包括两名来自钟表业的经验丰富的专家和一名来自珠宝业的专家。这三位代表通常不是瑞士公民；目前的代表来自法国、意大利和日本。专家小组还包括两到三位具有瑞士国籍和知识产权背景的法律从业者。这是因为瑞士法在此适用。在这些法律从业者中，其中一名将担任专家小组组长。在 28 年中，专家小组通过处理数以百计的投诉获得了大量经验。

六、保护各种知识产权

13. 下面一个章节将更为详细地介绍专家小组在下列各个类别的知识产权方面所开展的工作。这些权利也限定了专家小组的职责范围。纯合同性质的问题(质量、逾期交货、价格分歧等方面的投诉)，即知识产权所有权之外的所有问题不包括在此范围内。专家小组仅处理知识产权事宜。

七、外观设计

14. 专家小组受理投诉最多的类别为外观设计，以前称为工业图案和样式。因此，钟表和珠宝界出现这些问题并不奇怪，因为外观是这些产品的一个主要因素。

15. 对侵权行为进行评估通常以 2001 年 10 月 5 日的瑞士联邦外观设计法的规定为依据。专家小组将所涉样品与注册文献中详载的描述相比较。这些文件提供了受保护外观设计的产品外观描述。一般情况下，专家小组还会要求投诉人提供所涉钟表或珠宝的原始样品，但这仅是为了对注册文献中所详载的物品进行更好的研究。法律关注的是产品的显著特征和整体印象，这关乎产品的整体外观可能会造成混淆的程度。将两个产品放在一起比较不再是主要方法，而是靠对产品的印象来进行比较。这样做的目的是模拟一种情况，让消费者根据所注册原始产品外观的印象找出贗品。

16. 外观设计保护法旨在保护创造力，鼓励自主创新的发展，促进广泛营销。知识产权无论被谁持有，这种权利都应得到保护，防止受到侵犯。

八、商 标

17. 商标应当能够标识某一制造商的产品，使其与其他制造商的产品区别开来。品牌概念的法律依据载于瑞士联邦商标保护法(1992 年 8 月 28 日)之中。尽管授予某一外观设计的保护仅在某一限定时期(25 年)有效，但是商标保护不受其所限。这样做的理由是，钟表或珠宝制造商能够持续地以同一品牌生产和销售其产品。在 25 年之后外观设计保护期满时，越来越多的公司试图将其“外观设计”或其中一部分注册为一个立体商标，而立体商标的保护通过续展可以持续。

18. 品牌侵权投诉的受理所产生的影响往往很大。尽管参展商经常展出大量的不同的外观设计作品，但是它们通常仅是以一种品牌或少数品牌展出。对某一参展商做出基于品牌的裁决，不仅会导致钟表和珠宝产品从展览中撤出，广告被移除，甚至还会导致展位标牌被更换或展位被关闭。

九、地理标志

19. 欺诈性地使用不正确的地理标志是借助其他生产商声誉谋利的一种特殊形式。按照某一特定原产地来对某一产品进行分类，仍是一个非常重要的特征，尽管今天钟表是利用各种来源的零件组装而成的，而且企业所有权结构可能会变化很快(甚至是国际性的)。质量低下，加上使用了不正确的地理标志，可能会极大地影响生产中心的声誉。这些生产中心的典型情况是使用了*瑞士制造*或*日内瓦*或*巴黎*字样。这些情况下的投诉人往往不是个别参展商，而是地区或国家的行业协会，甚或国家。

十、发明专利

20. 利用专利保护发明，在包括钟表和珠宝领域的整个工业生产系统方面起着重要作用。这方面易被侵权的知识产权可以是一项技术创新，例如在钟表机械(如陀飞轮)、显示、或表带与手表的连接方式等方面。

21. 专利方面的投诉有时非常复杂，尤其是在投诉时需要提供一份详细的技术说明的情况下。专家小组中一名瑞士法律专家也是专利律师。不过，在某些情况下，专家小组也会向瑞士联邦钟表业的外部专家寻求协助。在评估复杂的专利问题时，专家小组有时会感觉力不从心，尤其是在 24 小时内完成裁决方面。

十一、版 权

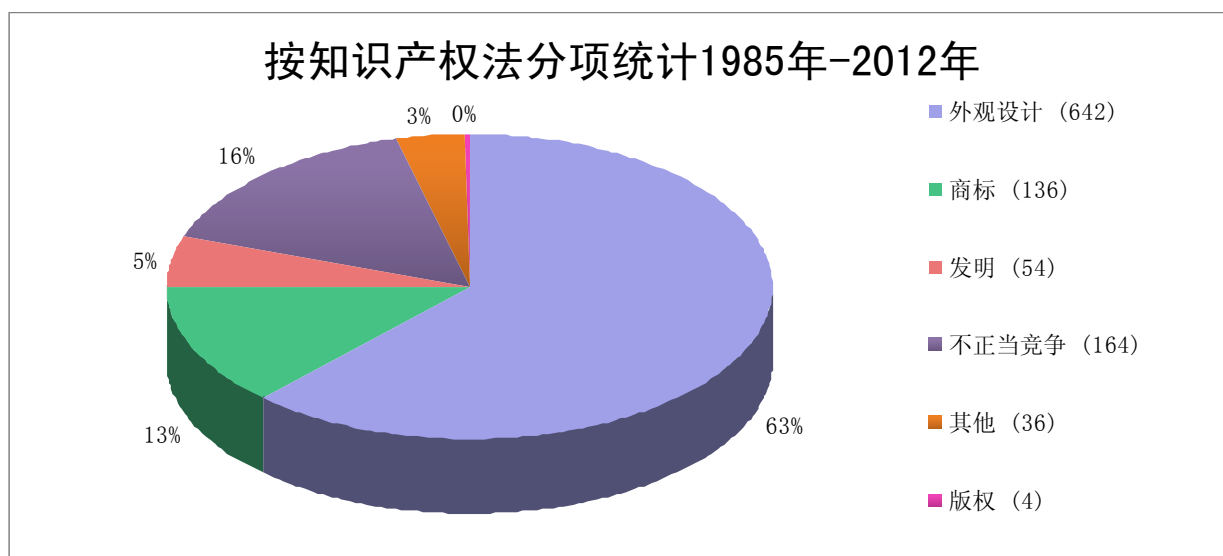
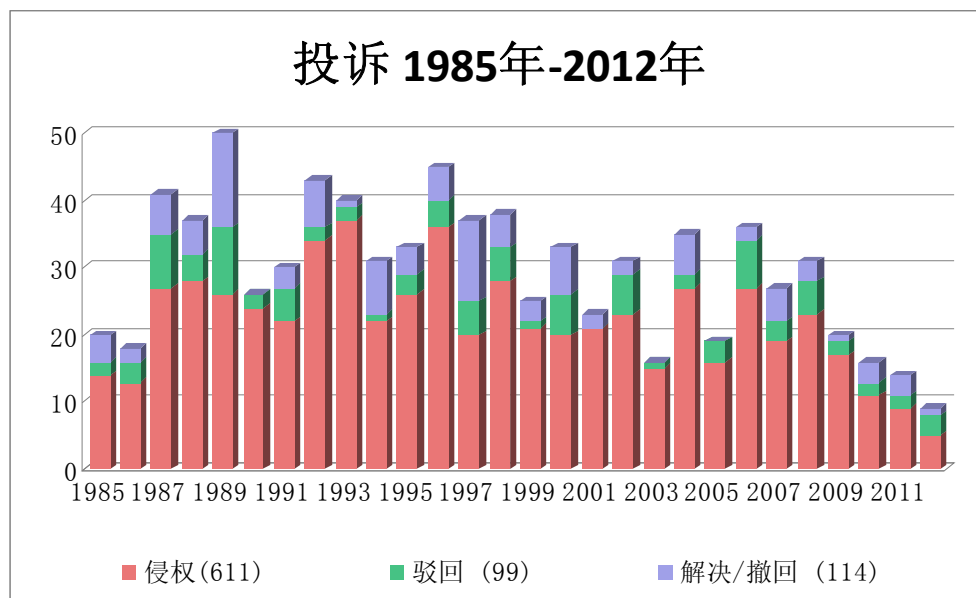
22. 由于钟表业涉及机械和工业生产，因此版权不太适用于钟表业，而更适用于珠宝产品的外观设计。不过，前提是所涉产品具有显著的原创性和创造力以及工艺品特征(通常为手工生产)。

十二、不正当竞争

23. 不正当竞争可被概括为一个参展商从另一个参展商的形象和产品中获利的作法。瑞士联邦不正当竞争法(日期为 1986 年 12 月 19 日)为打击不正当竞争提供了依据。

24. 专家小组经常遇到着涉及不正当竞争的案件。他们首先要对是否可能涉及了其他受保护的权利进行评估；在对此进行排除之后，再按不正当竞争做出裁决。首要问题是消费者对某一产品的认同度如何，以及其与某一具体企业相关联的程度。

25. 统计数据



十三、展会期间展会管理方采取的措施

26. 展会管理方的宗旨是，如果出现了知识产权侵权行为，要迅速做出反映，并做出更大努力提前防止这类案件发生。因此，展会管理方也在展会闭会期间与所有市场参与方在假冒产品方面建立了良好的合作关系。巴塞尔世界的管理方已经与国家钟表和珠宝或贸易协会建立了一个遍布全球的网络，并

定期与有关代表讨论专家小组的案件。专家小组秘书在国内外举办讲座，就如何在展会上保护知识产权向参展商提出建议。

27. 巴塞尔世界的 MCH 集团有限公司(控股公司)是瑞士反假冒和盗版平台——*停止盗版*的成员，并对这些活动提供支持。

十四、专家小组的决定总结

28. 专家小组打击假冒行为的活动的成功是建立在预防和强制措施基础之上的。在假冒产品市场在全球范围不断扩大的情况下，实践证明，这些活动可显著减少这个最重要的奢侈品交易展会上的案件数量。可疑产品不再会流入巴塞尔世界。如果发生这样的情况，专家小组会立即做出反应。

十五、交易会行业活动：UFI 的建议

29. 2008 年，全球展览业协会(UFI)提出了*关于在展会上保护知识产权的若干建议*。这些建议内容广泛，应用时可因国而易。

30. 这些建议可被总结如下：

- 展会之前，参展商应当对商标、专利或外观设计进行保护和注册，以获得有效的权利，从而能够使用所有形式的法律保护。
- 交易会主办方应当向参展商提供有关知识产权保护的信息。
- 为了协助参展商在交易会期间解决知识产权投诉或侵权行为，主办方应当提供一份愿意代理参展商采取法律行动的当地知识产权律师名单。
- 交易会主办方应当能够提供中立的仲裁或法官，以帮助确定交易会期间是否存在侵权行为，并解决知识产权纠纷。

十六、结束语

31. 一直以来，巴塞尔世界专家小组在交易会上打击假冒产品方面独树一帜。现在，也有其他交易会于展会之前和展会期间向其参展商提供各种侵权产品问题服务。不过，多数情况下，它们的活动仅限于采取建议、法律咨询等*较宽松的措施*。巴塞尔世界专家小组的优势和成功在于它的强制效果，甚至可以导致有关参展商被排除在展会之外。不断增长的侵权产品市场对知识产权带来了挑战，应该在不同层面对这种行为进行打击。巴塞尔世界专家小组表明，成功的措施是可能的一至少是在交易会的有限期间内。

[文件完]