

使用商标应遵循诚实信用原则

□北京中闻
律师事务所
赵 虎

一年一度的“3·15 国际消费者权益日”刚刚过去，今年中消协确定的消费维权年主题是“信用让消费更放心”。而诚信，须体现在消费领域的方方面面，比如商标的使用也须遵循诚实信用原则。

商标的作用在于区分不同的商品或者服务的提供者，所以识别功能是商标的基本功能，即让相关公众（消费者）能够识别出商品或者服务的来源。

另外，在识别功能的基础上，商标还有质量保障功能，即消费者有理由认为相同商标的商品质量是一样的，不管其真正的生产者是不是一样。

从这个意义上来看，可以说商标权是商标注册人的权利，但是商标制度保护的不只是商标权人，还要保护相关公众（消费者）的合法权益。

在 2013 年修改《商标法》的时候，特意加入了诚实信用原则，即现行《商标法》第七条“申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则。”申请注册的过程中，需要遵守诚实信用原则，行业内已经有了共识。使用商标如何遵守诚实信用原则，还需要继续探讨。我们可以举两个案例，来看看何种情况是不遵守诚信原则，损害消费者权益，损害市场秩序的。

第一个案例，是商标所有人企图推脱产品致人损害责任。1995 年，荆某驾驶“雪佛兰”牌小轿车行驶在路上的时候，发生交通事故，造成两死三伤的严重后果，后发现该轿车的车轴断裂。

荆某的家人把美国通用公司起诉到法院，但美国通用公司认为该车辆不是他们生产的，而是由巴西通用公司生产的。根据中国《产品质量法》的规定，应该起诉巴西通用公司，而不是美国通用公司。

就这个问题，北京高级人民法院向最高人民法院请示，最高人民法院答复认为：本案中美国通用公司为事故车的商标所有人，根据受害人的起诉和本案的实际情况，本案以通用公司为被告并无不当。

的确，根据《产品质量法》的规定，由生产者、销售者对产品质量承担责任，没有规定商标权人承担责任。

但是，商标权人把商标加在商品上面使用，就标明了其是“产品制造者”，也应该承担相应的法律责任。

本案是比较早的一起商标

权人承担质量责任的案件，背后的法理基础就是：商标有质量保障功能，消费者有理由相信同样的产品有同样的质量。

第二个案例，是要小聪明注册两个商标，组合在一起用。

2003 年，北京圣朝臣葡萄酒有限公司把“王宫”、“朝臣”注册在葡萄酒类商品上，在使用过程中将这两个商标并排排列在酒瓶上使用，出来的效果是：上面“王朝”、下面“宫臣”，消费者在购买的时候非常可能认为是“王朝”牌葡萄酒，而“王朝”葡萄酒是驰名商标。

王朝公司在市场上发现，北京圣朝臣葡萄酒公司生产的葡萄酒酒瓶上使用了与“王朝”商标近似的文字与图形。于是王朝公司向法院提起诉讼，要求被告停止侵权行为并赔偿经济损失。

法院审理后认为，被告依据与商标使用授权人签订的使用许可合同，在葡萄酒上单独或同时使用“王宫”、“朝臣”两个注册商标并无不可，但将这两个商标并列使用，按当代中国人对汉字的书写、阅读习惯，从左至右阅读就成了“王朝”牌，足以让消费者对产品提供者产生误认，被告侵权故意明显。

最后法院判定，被告北京圣朝臣葡萄酒有限公司侵权事实成立。

和上述案例一样想通过各种“傍名牌”方式使用商标的人如今依然存在，比如有人注册“六风”、“必味”、“居馨”，如果单是注册阶段，商标局会个案审查，这几个商标都可能获得商标权。

但是如果使用过程中，不遵守诚信原则，将这几个商标放在一起用，有可能会被消费者认为是“六必居风味酱”，让消费者产生误认，侵犯消费者的利益，也侵犯了“六必居”商标权人的权益。

除了上面两个案例所代表的情况，司法实践中因为在商标使用过程中不诚实信用而侵犯消费者权益的情况还有很多，本文就不一一列举了。

诚实信用原则是法律对经营者的最基本要求，它不只是为了保护市场秩序，更是为了保护消费者权益。

在我国《民法总则》、《商标法》、《消费者权益保护法》中都规定了诚实信用原则。

希望商标权人在注册、使用商标的时候，遵循诚实信用原则，保护消费者合法权益，这样才能为自己的商标赢得知名度和美誉度，才有可能打造出驰名商标，做出百年品牌。

为劳动者申办户籍能否设定违约金

□上海江三角
律师事务所
周蒋锋

劳动法实务中，经常有劳动者入职用人单位后，由用人单位中办上海户籍，一旦成功落户后，又提出辞职的案例。这类劳动者涉及非上海生源应届普通高校毕业生、留学回国人员等。

在《劳动合同法》实施以前，上海地区有《上海市劳动合同条例》和《上海市高级人民法院关于审理劳动争议案件若干问题的解答》等地方性法规和地方司法文件，均支持“用人单位为引进人员办理本市户口作为特殊待遇，并据此设定服务期和违约责任的，劳动争议处理机构可予确认”。

在《劳动合同法》实施后，上述地方性法规和地方司法文件至今仍然有效。

由于《劳动合同法》对用人单位和劳动者约定违约金的范围进行了严格限制，导致“用人单位为引进人员办理本市户口作为特殊待遇，并据此设定服务期和违约责任”的合法性成为了实务中存在争议的问题。

《劳动合同法》第二十二条规定：用人单位为劳动者提供专项培训费用，对其进行专业技术培训的，可以与该劳动者订立协议，约定服务期。

《劳动合同法》第二十三条规定：对负有保密义务的劳动者，用人单位可以在劳动合同或者保密协议中与劳动者约定竞业限制条款，并约定在解除或终止劳动合同后，在竞业限制期限内按月给予劳动者经济补偿。

劳动者违反竞业限制约定的，应当按照约定向用人单位支付违约金。

《劳动合同法》还规定，除以上两种情形外，用人单位不得与劳动者约定由劳动者承担违约金。

但在实务中，仍然可以发现 2008 年后法院支持在特定情况下约定并履行违约金的判例。

不容否认，上海、北京等城市的户籍，对于劳动者在医疗、子女教育、买房买车等方面有着颇大的影响。

而且用人单位为劳动者办理上海户籍，本身对单位资质有一定的要求，如上海对企业的要求是“符合本市产业发展方向、注册资金在 100 万元人民币及以上、信誉良好，并在本市依法纳税、按规定参加社会保险的各类企业”。

实务中，甚至有企业为了引进“紧缺急需并发挥重要作用、拟长期使用的”留学回国人员，特意对企业进行了增资。

另外，办理上海户籍也需要花费用人单位的人力物力和财力，而劳动者成功落户后就辞职的行为，扰乱了企业正常的生产经营和管理秩序。为了户口而选择进入企业就职的劳动者，更是带有明显的“恶意”。

因此，作为用人单位，如果为引进人员办妥了户口，应当与劳动者约定作为特殊待遇，并据此设定服务期和违约责任，以便达到维护单位经济利益、有效管理人力资源的目的。

双方应当秉持诚实信用原则，在合情合理范围内约定服务期和违约责任，并共同遵守。

被骗传销须迷途知返

□河北刘爱国
律师事务所
刘爱国

虽然对传销及其危害，长期以来媒体都不遗余力地进行了宣传，但还是不断有人深陷其中。

而且一些传销组织也极力洗白自己，有些甚至披上了直销公司的外衣。

那么，该如何识破传销骗局呢？

我们可将传销活动看作一棵树，策划组织者如果是树根，发起者（最高层）是树干，那么绝大多数参与者都是树叶。

参与传销的“树叶们”，其后果是悲惨的。

因为，传销活动本身不会产生增值，分配的钱来自何方呢？答案是：羊毛出在羊身上。

正所谓：发起人坑了参与者，先来的骗了后到的，早的占了晚的大便宜。

最后，就像多米诺骨牌一样，同乡碰倒同事，亲戚压倒朋友。真正谋取暴利的，只有组织者、策划者和实施者，多数参与者只能是竹篮打水一场空。

传销者有本“魔鬼辞典”，用些预谋的套路引诱发财心切的人上勾，参与者发现上当后，往往不会甘心损失。这就

是组织者精心设立的一个怪圈，利用参与者为组织者出力，继续用这个圈套使开始的受骗人变为骗人者，一骗一大片，像瘟疫一般蔓延传播。

非法传销扰乱了社会秩序，干扰了经济发展。

如果人们不工作、不生产，一心去搞所谓的资金运作，其后果不难想象。传销，影响了社会和谐和安定，也引发了不少刑事案件，导致了家破人亡等悲剧发生。

盲目加入传销，会付出惨痛代价，悔恨终生。

如今，刑法已明文规定了“组织领导传销罪”：组织、领导以推销商品、提供服务等经营活动为名，要求参加者以缴纳费用或者购买商品、服务等方式获得加入资格，并按照一定顺序组成层级，直接或者间接以发展人员的数量作为计酬或者返利依据，引诱、胁迫参加者继续发展他人参加，骗取财物，扰乱经济社会秩序的传销活动的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；情节严重的，处五年以上有期徒刑，并处罚金。

骗人者可恨，被骗者可悲。

迷途知返，犹未为晚！

资料图片