

行业快讯

## 上海法院驳回唯冠“停售iPad”申请

据新华社电 昨日下午，上海市浦东新区人民法院驳回唯冠科技(深圳)有限公司要求责令苹果贸易(上海)有限公司停止销售“iPad”平板电脑的申请，本案中止诉讼。

上海浦东法院于22日开庭审理深圳唯冠诉上海苹果侵犯注册商标专用权一案。当日，深圳唯冠向法庭申请立即禁止销售涉案商品，上海苹果则向法庭提出驳回禁令并中止审理该案。

针对深圳唯冠的临时禁令申请，法院认为，申请人的申请获得法院支持的前提条件之一是被申请人正在实施或者即将实施侵犯注册商标专用权的行为。但在本案中，上海苹果销售的“iPad”平板电脑来源于美国苹果公司，美国苹果公司等与深圳唯冠之间就涉案商标因转让合同引起的权属纠纷正在广东省高级人民法院二审审理中，在该院做出终审判决前，涉案商标归谁所有尚处于不确定状态。因此，在美国苹果公司使用“iPad”标识是否构成侵权尚难定论的情况下，认定上海苹果销售“iPad”平板电脑构成侵权尚缺乏依据。

针对上海苹果中止审理的申请，法院认为，上海苹果销售的“iPad”平板电脑来源于美国苹果公司，美国苹果公司和IP申请发展有限公司已就涉案商标因转让合同引起的权属争议向广东省深圳市中级人民法院提起诉讼，该院虽于2011年11月17日做出一审判决，驳回了美国苹果公司等的诉讼请求，但美国苹果公司等已向广东省高级人民法院提起上诉，现该案尚在审理中，故法院依法裁定中止诉讼。

## 360进军视频搜索侧攻百度

商报讯(记者 张绪旺)一直怀着搜索情结的奇虎360董事长周鸿祎再度出手。昨日，奇虎360发布去年四季度和全年财报，在营收和净利润获大幅增长背景下，周鸿祎宣布，从视频领域全面切入垂直搜索。

财报数据显示，奇虎360去年四季度营业收入为6232万美元，同比增长214.5%；净利润为1503万美元，同比增长274.1%。去年全年营收1.68亿美元，净利润约为1560万美元，其中在线广告业务收入1.23亿美元，以网页游戏为主的互联网增值业务收入4357万美元。

值得注意的是，周鸿祎再度重申了进军垂直搜索领域的兴趣并透露了具体操作计划，选定视频搜索作为进军垂直搜索领域的首个切入点。他曾表示，360不会模仿百度做传统搜索。

记者获悉，与其视频搜索业务相关的视频播放平台“360影视”已经上线，目前以推荐优酷、土豆等网站热门影视剧为主，在页面顶端亦开放其视频搜索框。

在周鸿祎看来，用户对于视频搜索的需求和使用频率非常高，未来有很多商业机会都可以在视频搜索上建立，将视频垂直搜索做大之后，就有机会在中国快速增长的网络视频领域分一杯羹。

不过，视频搜索竞争已有百度、优酷(搜库)等多家重量级选手。易观国际分析师张颿认为，前有百度后有优酷，因为自身都有视频业务，业界也有质疑搜索结果的准确性。但面对视频内容严重同质化的烧钱行业，360必然不会放过导流机会，借助其庞大的用户基数，利用评级推荐、竞价排名、网址导航等多种方式，预计能够在视频行业分得一杯羹。

## 东风汽车召回8818辆骐达轿车

商报讯 日前，东风汽车有限公司向国家质检总局递交了召回报告，宣布决定从2012年3月20日起，召回自2011年4月19日至2011年12月28日生产的配备MR16型发动机的部分骐达轿车8818辆。

据悉，本次召回所涉及的部分车辆因燃油压力传感器锁紧扭矩不足，有可能导致燃油渗漏，存在安全隐患。东风汽车有限公司将对召回范围内的车辆进行检查并做紧固处理，以消除故障隐患。

## 通用汽车与标致雪铁龙洽谈合作

据新华社电 《底特律新闻》22日报道，美国通用汽车公司正与法国标致雪铁龙集团就合作事宜进行谈判。

报道说，标致雪铁龙目前正在对合作项目进行考察。法国劳工、就业与卫生部长格拉维埃·贝特朗当天证实，标致雪铁龙总裁菲利普·瓦兰21日晚告知他，该公司正在与通用就战略合作事宜进行洽谈。贝特朗表示，与通用的合作将提升标致雪铁龙的全球竞争力。

业内人士表示，2011年，通用公司欧洲部分损失7亿美元，通用公司希望通过此次合作扭转欧洲市场疲软(沃克斯霍尔)和欧宝品牌的长期亏损现象。

标致雪铁龙是欧洲仅次于德国大众的第二大汽车制造商，生产和销售仍主要集中在欧洲地区，该公司本月初公布的财报显示，由于欧洲汽车行业萎缩，零部件供应不足和原材料价格上涨，集团2011年汽车部门经营大幅亏损，整体净利润也比前一年下滑近一半。

(上接第1版)

## 中国抱团28国反制欧盟航空税

资料显示，迄今欧盟共有27个成员国，目前中国在其12个国家拥有航权。国内四大航空公司、南航、东航、以及海航每周往返欧盟的航班量为国航121班、南航70班、东航36班、海航20班。此前，中国和美国均宣布，禁止国内航空公司加入ETS。

值得注意的是，欧盟相关官员21日也表示在收取航空碳费上“不会让步”。法新社评论说，来自双方的强硬让人担心，在这次莫斯科会议后，双方关系将更加紧张，航空业市场也自此陷入混乱。

对于此次莫斯科宣言的影响到底有多大，昨日，中国航空运输协会副秘书长柴海波在接受记者采访时分析：“29个国家集体抗议的态度对于欧盟肯定会产生影响。另外，俄罗斯曾透露，可能对欧盟所有飞越俄罗斯的航班收取10倍于‘碳税’的‘飞越权费用’，如果这一计划付诸实施，那将给欧盟一记重击，因为欧盟通往亚洲的多条航线都要经过俄罗斯领空，再加上多个国家的反制措施，欧盟恐怕会陷入被动局面。”

不过，虽然各方均在努力通过各种方式解决ETS分歧，但也有不少业内人士对此前景并不乐观。“从目前计划来看，2013年年初，航空公司就要缴纳第一批税款。在这么短的时间内，欧盟很难中止碳排放税计划，因为这需要修改立法，而修改立法在不到两年的时间内是无法完成的。同时，如果欧盟继续实施ETS，将给制定全球统一的航空碳排放计划增加难度。”一位不愿具名的国内航企高管曾指出。

责编 刘佳 美编 韩玮 责校 张京丽 电话:84285566-3273 kuaijiaogao@163.com

## 谋求A股上市“节骨眼”突遭起诉

# “飞人”乔丹状告乔丹体育侵权

原本即将成为A股市场第一家专营体育用品上市公司的乔丹体育遭遇尴尬。昨日，美国篮球巨星迈克尔·乔丹通过公关公司发布消息，称已经于2月21日向中国一家法院提起诉讼，指控中国运动服饰生产商——乔丹体育在未经授权的情况下使用其姓名。

## 乔丹体育遭遇“飞人”起诉

“当我了解到有其他企业未经我许可便利用我的中文名字、球衣号码23号，甚至试图利用我孩子的名字开展商业活动，我感到非常失望。我采取这一行动的目的是保护我所拥有的姓名权及品牌。”久未在中国公开露面的“飞人”乔丹昨日通过一段视频，向中国球迷表示了感谢并强调这项诉讼的目的不在于经济诉求，而是旨在对其姓名权的保护，是一个原则性问题。“我计划将诉讼有可能得到的任何经济赔偿用于发展中国的篮球事业。”乔丹说。

对于这项突如其来的指控，乔丹体育方面昨日回应称，截至2月23日午间，

尚未收到国内任何法院的应诉通知。“中文‘乔丹’是我公司依照中国法律申请注册并享有专用权的注册商标，对注册商标的合法使用行为受我国法律保护。”该公司强调。此前，乔丹体育在招股说明书上就曾强调，“Jordan”作为普通外国人姓氏不具有特定性，与美国前NBA球星“迈克尔·乔丹”不存在对应关系。

事实上，这并非乔丹体育第一次因“乔丹”品牌引来风波，迈克尔·乔丹个人起诉之前，拥有“Air Jordan”高端子品牌的耐克公司曾控告中国乔丹体育公司商标侵权，但并未成功。

## 公司成立多年为何突遭发难

目前乔丹体育正谋求在中国股市上市，根据证监会公告，其首发申请已获通过。乔丹体育原本有望成为A股市场第一家中外运动品牌。

从招股书来看，乔丹体育同美国的“飞人”乔丹没有丝毫关联，亦不存在任何授权。公司在福建省晋江市发家，由成立于1984年的福建省晋江陈埭溪边日用

品二厂发展而来，其出资人丁老岁为乔丹体育现任董事长丁国雄之父。2000年6月28日，福建乔丹正式成立，2009年12月，整体变更为股份有限公司，乔丹体育诞生。

值得关注的是，自2000年至今，迈克尔·乔丹从未就“乔丹”注册商标事宜向乔丹公司方面提出过任何权利或主张。对于为何选择当前这个“节骨眼”起诉乔丹体育的疑问，品牌分析师许云峰认为，一是随着乔丹体育的成长及宣传力度的增强，引起了乔丹以及其经济团队的关注；二是不排除国内竞争对手“下黑手”，主动爆料给乔丹方面这一信息，阻碍其发展进程；同时也排除是乔丹体育通过这个事件进行自我炒作。“这样的名人维权事件影响力巨大，效果可以和上亿元的广告媲美。与安踏、匹克等相比，之前相对低调和默默无闻的乔丹，这下可能就会彻底火了。”许云峰说。

## 合法不合理 品牌眼光应放长远

对于这起诉讼的前景，律师邱宝昌

表示，即使对簿公堂，“飞人”胜诉的可能性也微乎其微。正如乔丹体育所说，“Jordan”作为普通外国人姓氏不具有特定性，“飞人”法律上并不占理。

但对于乔丹体育将“飞人”孩子姓名都作为注册商标的举动，网友普遍表示不满，有网友在微博上表示，乔丹体育已经凭借“乔丹”名字获取不菲的利润，算是投机成功，但商标还要涉及到“飞人”的家人，就显得太过了。这样的投机行为足见其品牌内涵匮乏，只靠“飞人”个人魅力博眼球。

尽管乔丹体育在法律上占据主动，但品牌分析师李光斗表示，这样合法不合理的案例比比皆是，企业建立品牌一定要将眼光放长远。“国内企业总是爱借势，但当发展强大的时候就会发现遭遇很多尴尬。”

李光斗指出，国内品牌在注册商标的时候一定要考虑到未来要发展壮大，未来要走出国门，不能关起门来做品牌。

本报记者 孙聪颖

## P 图片新闻 Picture news

## 清洁能源企业借博览会契机寻求抱团



昨日，“2012中国清洁能源峰会暨中国国际清洁能源能源博览会”在京开幕，共有来自国内外的300余家参展企业。

自去年开始，以风机、太阳能光伏设备制造为代表的清洁能源行业发展陷入低谷期，多家企业停产或倒闭。此次博览会将为企业推广和寻求合作的好机会，参展的企业不仅积极宣传产品，更是与同行企业开展了业务方面的合作探讨。据前来进行设备采集的一位企业负责人介绍，清洁能源发电前景看好，即使现在遇到困难，但是企业抱团还是会坚持做下去。

本报记者 高立萍/文  
暴帆/摄

## 工商部门认定哈药直销业务违规 将面临高额退货损失

商报讯(记者 肖玮)哈药直销业务被哈尔滨工商局认定涉嫌违规，将面临高额退货损失。昨日，哈药披露，旗下两公司直销业务被工商行政机关认定涉嫌违规，哈药股份负连带退款责任。

此前，哈药旗下分公司黑龙江销售分公司与子公司哈尔滨哈药健康产业有限公司向哈尔滨市工商局提交了《关于直销业务的自查报告》，主动反映自身存在直销业务不规范运作情况。随后，哈尔滨市工商局下发通知，对两家公司所反映的情况进行立案调查。

哈药最新披露，哈尔滨市工商局已下发《行政指导意见书》，经初步调查认为：哈药黑龙江销售分公司、健康产业共同实施的经营行为涉嫌违反了《直销管理条例》，违规从事直销业务。虽然两家公司已主动停止违规行为，启动了业务转型，但仍必须做好经销商的退货退款工作。

此外，上述《意见书》中还指出，因本次事件涉及的经销商数量多、地域广，退货退款金额大，为了确保

平稳推进业务转型，哈药股份应依法承担相关责任，就退付货款事宜给予资金支持和保障。同时，哈尔滨工商局还将对哈药黑龙江销售分公司、健康产业涉嫌违规经营行为继续进行深入调查，并视对经销商退货退款以及消除社会影响等情况，依法进行处理。

针对工商局的表态，哈药表示将依法推进后续整改工作。资料显示，2007年8月，哈药集团获得直销牌照，在经历一年的筹备之后，于2009年年底正式宣布开始直销试运行。但进入一个全新的领域远没有哈药想象中美好，有业内人士指出，违规跨区域经营，从事直销人员素质参差不齐以及擅自增加直销产品等，都反映出哈药在直销业务管理上存在缺失。也正因为如此，不少经销商纷纷退出，而哈药的直销业务也被迫停摆。

另有消息称，因整顿直销业务，哈药预计需要承担2.8亿元退货损失。不仅如此，该公司在停止直销后改推店铺经营，而这一新模式的前景也备受争议。

## 树大招风 频遭起诉

## 谷歌被控借摩托罗拉专利打压对手

巨头似乎陷入没完没了的“罗圈架”中。

此前，苹果就曾与谷歌Android阵营的多家手机厂商展开一系列的专利战，意在“杀鸡儆猴”，向谷歌施压。而当谷歌收购摩托罗拉移动后，微软也坐不住了，开始加入围攻。正所谓树大招风，谷歌近来的举动竟让原本互相视为死敌的微软和苹果成了一条战线的人。

去年6月，微软、苹果、甲骨文、索尼等六家公司“组团”以45亿美元击败谷歌的9亿美元出价，竞得加拿大北电网络公司的6000项专利。12月，同样是微软组织、苹果、甲骨文等公司加盟，击败谷歌竞得Novell公司近900项软件专利。

资深观察家彭雄江表示，随着越来越多手机品牌选择Android，以及越来越多消费者的认可，Android很可能在不久的将来形成一家独大之势，届时所有与谷歌存在竞争关系的企业，要么倒闭关门，要么被收购，成为谷歌庞大产业链中的一环。也许这正是微软、苹果等联手阻击谷歌的用意。

不过，也有专家指出，微软、谷歌、苹果三足鼎立的局面短期不会改变，未来的专利大战还将继续升级。

## 维棉网被曝欠数百万广告费 再度借裁员减压

商报讯(记者 魏蔚)电商高举高打战略是否适应寒冬季业B2C继续被离职员工曝出裁员风波的贴身服饰B2C维棉网昨日被传再次裁掉4名员工。知情人士透露，因前期广告投放过大，维棉已欠数百万元广告款，仅一家广告代理商处就欠款数百万元。分析人士表示，目前电商裁员之事已不新鲜，前期适当控制投入可避免企业在资金紧张期“寸步难行”。

昨日记者获悉，已裁掉包括COO在内的6人的维棉网再度进行人员瘦身，裁掉4名员工，包括技术人员2名、市场人员1名、行政人员1名。如按维棉之前公布的人员规模计算，目前其拥有员工50人。

对于裁员事件，维棉网CEO林伟表示公司近期确实有人员调整，目前正在积极处理中。同时他还称，裁员会持续一段时间，但他拒绝透露裁员具体原因，只表示公司“在做正确的事”。据离职员工称，“由于维棉网面临上游供货商压力，公司裁员以减少运营成本”。

除员工所称的上游货源压力之外，维棉广告商也表示其已欠下数百万广告费未结。一位与维棉合作的广告代理商张先生(化名)称，“看到他们裁员的消息心惊胆颤，不知道欠的广告费还能不能要回来”。

记者从张先生处了解到，仅其一家的广告费用就已达数百万元，他说，“据我估计，目前维棉所欠广告款至少在700万元以上”。据离职人员称，维棉网部分合作伙伴昨日到维棉公司讨债，公司内部已“乱成一团”。对此，维棉网未予置评。

事实上，从2010年上线之后，维棉的广告投放动作从未间断。据了解，去年8月维棉在新浪整体投放超百万元的线上广告。同月其与分众传媒合作启动大规模楼宇广告投放，采用线上线下全面发力的推销推广模式。

DCCI分析师洪源表示，电商企业在资金紧张时期如果仅靠裁员来减少支出，而非努力开源，这样的企业有可能会不断给自己做减法。对于已经发生欠款的B2C网站，当务之急是培养自己低成本下获取收入的能力。电商原来依靠粗放式的拼广告、拼流量带来销量的策略耗费了太多资金，却没有真正培养自己的“内功”，一旦广告资源不足，便没有了收入来源，这是最大的问题所在。

## 走进北京企业

## 京粮集团发力 深加工产品细分市场

商报讯(记者 李冰)北京唯一的大型国有粮食企业为了打造其市场竞争力，开始向产品深加工的细分市场发力，欲抢占先机，实现利润率的提升。

昨日，京粮集团总经理、副董事长王国丰在接受记者采访时表示，京粮目前在调整产品结构、提升盈利能力方面持续发力。根据市场需求，京粮丰富其产品结构，在产品精细化、细分化、差异化和特色化上寻求突破。以面粉为例，已经先后推出了“7+1”营养强化面粉、方便面粉、饼干粉、蛋糕粉、油条粉等新品种，在细分市场抢占先机。同时，这些高附加值产品的销量和利润贡献率也得到不断的提升。

粮食产业不得不面对一个事实：粮食产业是一个微利的行业，盈利能力有限，需要其他产业反哺主业。事实上，近几年，通过“退城进郊”战略，京粮腾退市区土地资源，提高资源利用效率，加码第三产业，成为该集团较为强劲的经济增长点。“第三产业对集团利润的贡献占比达到2/3。”王国丰说，“因为粮食是关系到国计民生的产业，京粮作为首都粮食市场宏观调控的唯一执行主体，承担着保障首都粮食安全的重要职责”。

王国丰透露，作为特大消费型城市，北京粮食消费需求每年可达100亿斤，而当地产粮仅20亿斤，约80%的粮食需要从外地调入。而京粮每年的粮食供应可达50亿斤，占北京市消费量的一半。为了确保北京粮食市场的稳定，京粮通过各种吸收式重组进行资产整合，壮大其粮油产业规模。

据了解，在北京市政府的推动下，京粮将八个区县的粮食企业并入重组，将全市粮食产业集中、统一运作。加上大米基地、食用油项目及稻谷加工基地的密集性动作，均彰显了王国丰所提的“做大做强”的目标。