编辑 谢佳婷 美编 韩玮 责校 池红云 电话:64101916 7401148@qq.com

· 闲话家居 ·

## 博洛尼首推卫生部环保标准

**北京商报讯(记者 曲英杰)**家装行业仅采用建设部推出的强制性环保标准现状正在被打破,2016年11月19日,博洛尼正式推出F2C超级家装3.0,在变态环保基础上升级打造的超生态极限环保体系中,最引人注目的便是首次采用了卫生部环保标准GB/T18883。

博洛尼董事长蔡明介绍,“这次超级家装3.0的环保等级从2.0时代建设部的50325升级到卫生部的18883,标准严格了10倍”。具体来看,建设部环保标准在进行检测时,测试的是关窗1小时后的室内空气各项指标,卫生部环保标准则需要在关窗12个小时之后再测试空气指标,在长期封闭后,家具建材中的有害物质得到充分地释放,部分居室空间在建设部标准下勉强达标,但很难符合卫生部环保标准。

提到环保标准升级带来的成本谁来买单,刚履新的北京分公司总经理顾克承诺,“都算博洛尼自己的,达到标准都会白纸黑字写进合同里,如果未达标,将全额退款”。除了环保升级外,博洛尼此次推出的F2C超级家装3.0还发布了《工程品质标准蓝皮书(2017版)》,对6项家庭必选施工工艺进行了全新优化升级,承诺水电十年超长质保,全行业独家联手国际顶级品牌亚地斯,并发布了House Me家装智能互联系统。“只有把产品做到极致,才能产生口碑传播。”蔡明如此解释博洛尼不断升级环保标准的初衷。

## 大自然家居再捐1000万元植树造林

**北京商报讯(记者 谢佳婷)**“我是大自然家居,没有你的十年,我很孤独;下一个十年,我渴望您的陪伴……”2016年11月16日,人民大会堂河南厅,在中国绿化基金会理事会第七届成立大会上,一段震撼人心的植树视频,吸引了所有参会人员的目光,大自然家居再次向中国绿化基金会捐赠1000万元,启动第二个为期十年的(2016-2025年)公益植树项目。

这是继2006年捐赠1000万元开展“中国绿色版图工程”公益植树以来,时隔十年之后再次向中国绿化基金会捐赠1000万元,这场连续20年推动绿色公益的行动,累计捐资总额达2000万元,在整个中国家居建材行业尚属首例。

“与其被叫做‘地板大王’,我更愿意被称做‘植树大王’。”当选为中国绿化基金会第七届理事会理事的大自然家居(中国)有限公司董事长的佘学彬认为,木材是最好的建筑和装修材料,正是因为其独有的特性,一度因人类的贪欲而被无节制、无计划和不合理地采伐,导致森林生态系统调节功能受到损伤、全球变暖等问题加剧。作为中国家居建材行业的知名企业,同时也是森林资源消耗型企业,大自然家居会继续遵守“砍一棵树,种回十棵树”的承诺,在森林资源开采与树木种植二者之间找到平衡。

### 侵犯“墙锢”商标权

# 秀洁被判赔美巢千万元

北京秀洁新兴建材有限责任公司(以下简称“秀洁”)因涉嫌商标侵权,被判赔偿美巢集团股份公司(以下简称“美巢”)1000万元,北京知识产权法院做出建院以来商标民事侵权案件领域最高判赔。金额高达1000万元的商标侵权案在业界引起了不小的震动:被指称侵权的“墙锢”商标,到底是什么?

### 罕见千万判赔

11月18日,北京知识产权法院官微“知产北京”发布消息,宣布依法判决秀洁立即停止在其制造、销售的混凝土界面处理剂商品上使用“墙锢”字样,并赔偿美巢公司经济损失及合理支出1000万元。

这个商标侵权案发生在即使判赔也通常不过几十万元的家居圈内,格外令人诧异。

据美巢诉称,该公司是注册使用在“工业用粘合剂、工业用胶”等商品上“墙锢”商标第3303708号、第4882697号的注册商标专用权人,“墙锢”商标经与美巢公司被认定为中国驰名商标的“美巢”商标、“易呱平”商标结合商业宣传和使用,已经具有较高的市场知名度。秀洁公司未经许可,擅自在其制造、销售的同类商品上突出使用“秀洁墙锢”、“易康墙锢”、“兴潮墙锢”字样,侵犯了美巢的商标权。

### 秀洁不承认侵权

“我们肯定不会赔1000万元,正在找律师准备上诉。”11月21日,秀洁方面一直负责此事的段华回应北京商报记者时,拒不承认侵权行为,称行业里很多人都这么做,他们并没有把“墙锢”当商标使,只是在产品里有这两个字。

在淘宝平台上搜索“秀洁墙锢”时确实可以看到,宣传图片的桶面清晰地标着“秀洁墙锢”。北京商报记者发现,除了在产品外包装上的“秀洁墙锢”以外,在宝贝详情里宣传“装修为什么使用墙固”和产品特点时推介“墙固,墙面防护第一步”时,使用的都是“墙固”,而非“墙锢”。

### “墙固”还是“墙锢”?

百度百科对于“墙固”的解释为墙面固化胶,是108胶、界面剂的代替品,是一种绿色环保、高性能的界面处理材料;“墙锢”词条在百度百科的解释则是美巢“墙锢JT500”即聚合物混凝土界面处理剂。可见“墙固”与“墙锢”并不可混谈。

在电商平台上,美涂士、天尧等多个涂料品牌都有“墙固”或“墙面加固剂”类似的产品,但直接将“墙锢”与品牌名连在一起用在外包装上的寥寥。

北京知识产权法院指出,在本案中,基于双方当事人提交的证据,全国范围内的建筑装修材料经营者、消费者对“墙锢”文字的认知尚未能够达到指代混凝土界面处理剂商品的程度,不属于混凝土界面处理剂商品约定俗称的通用名称,且秀洁公司将上述文字突出使用于外包装桶的显著位置,字体较大,属于商标意义使用,侵犯了原告美巢公司的注册商标专用权。“认定约定俗成的通用名称应以全国范围内相关公众普遍认为某一名称能够指代一类商品为前提,将他人注册商标作为商品名称突出使用亦属于商标意义的使用行为。”

**北京商报记者 谢佳婷**

# 12个品牌在京组建首个进口品牌联盟

**北京商报讯(记者 谢佳婷)**拿着白色手册的人排着长队,等待洪军彪的亲笔签售,与以往不同的是,他笔下的签名并非柏丽橱柜单个品牌的优惠凭证,代表的是德国之家12个联盟品牌。2016年11月19日,首个纯德系高端进口家居品牌联盟——“德国之家”在居然之家正式成立,这也是业内首个进口家居品牌联盟,它集合12个高端德系家居品牌。

德国柏丽橱柜(北京)总经理洪军彪是“德国之家”联盟的首任会长,他表示,德国之家品牌联盟的成立,对于联盟成员来说是一次全新的尝试。“我们在准入机制、品牌选择、产品筛选等方面都进行了严苛地甄别,目的就是要给消费者提供高品质产品的同时,提供高品位的服务。”据了解,首批德国之家品牌联盟涉及家居六大品类、12个品牌,卫浴洁具类是德国唯宝、汉斯格雅,橱柜类是德国柏丽,地板类是德国汉诺、汉贝格,壁纸类是德国玛堡、德国艾仕,家具类是Himolla、Hülsta、Bugatti、ROLF BENZ以及家居用品类的德来品,它们都符合“纯德系”、“在居然之家有店”、“是北京独立的分公司或者是独立的代理商,有一定的决策权和话语权”、“在该品类销售额和知名度必须是占前三”等条件。

“对于众多有德系家居产品情结的客户而言,确实是一个优质的选择。”在联盟成立之日,居然之家北四环店总经理苏红梅对它的前景十分看好,称通过居然之家的平台优势,德国之家将会实现走向全国的愿景。