

财眼

广州日化企业获国内首个“双易”认证

易回收、易再生塑料软包装推广至全行业,每年可减少5万~6万吨塑料用量

新快报讯 记者陆妍思报道 11月25日,检测认证专业机构莱茵为广州本土日化企业立白集团颁发了“双易”认证优秀评级证书,这是国内颁发的首张“双易”认证优秀评级证书。记者获悉,此次获得“双易”认证的塑料软包装可望推广至全行业,每年可减少5万~6万吨的塑料用量。

发布四类产品包装实施细则

据了解,目前市场上塑料软包装袋,如洗衣液包装、洗衣粉包装,大多都是多层不同材料复合而成。由于各层材料物性不同,分离回收困难,无再生价值,废弃后的包装基本都当作垃圾被焚烧或者填埋,给环境带来很大的污染及碳排放。

日前,国家发展改革委、生态环境部印发《“十四五”塑料污染治理行动方案》,进一步完善塑料污染全链条治理体系。塑料循环经济已逐渐深入各行各业,建立完整的塑料回收产业标准体系已迫在眉睫。在此基础上,由中国石油和化学工业联合会和中国物资再生协会牵头发起的绿色再生塑料供应链联合工作组(简称“GRPG”)孕育而生,率先制定了《塑料制品易回收易再生设计评价通则》,并在今年7月中旬发布了日化包装、乳品包装、饮料包装、外卖外带餐饮包装四项实施细则,

以及相应的易回收、易再生“双易”认证标识“回字标”,为我国再生塑料行业自主标准体系起到了重要作用。

中国物资再生协会再生塑料分会秘书长王永刚表示,“我国已经成为塑料制品最大的生产国,每年也会产生大量的塑料废弃物。其本身的材料属性具备循环利用的价值,但因塑料制品包装不同材质的复杂性等原因,不利于废塑料的循环利用。而软包装的单一材质设计可以大大提升回收价值,解决复合软包回收难的主要问题。”

每年可减少超5万吨塑料用量

立白集团创新研发中心总经理张利萍接受记者采访时介绍,此次获得“双易”认证的塑料软包装,是由立白、塑料粒子生产商陶氏及制袋供应商福建凯达三方一起共同努力的成果,攻克了复合材料塑料软包装的难题,是具备可完全回收且易回收、易再生性能的单一化学结构塑料软包装,这意味着其回收后,通过物理再生可重新制作成同类包装或者其他的塑料制品,开创了行业先河。

张利萍表示,目前立白将该软包装应用在洗衣凝珠产品上,已于2020年上市。目前,正在测试这项

技术应用在洗衣液和洗衣粉塑料软包装上,届时立白集团会对整个产品线进行革新,以实现全线产品塑料软包装的回收和再生。

“如果洗涤行业都使用单一化学结构的塑料软包装的话,通过循环利用,每年可减少5万~6万吨的塑料用量。这将真正推动包装做到从设计到使用、到回收和再生的闭环行动,也将大大促进塑料循环经济的发展。”张利萍说,此外立白还在进行将再生塑料(PCR)应用到产品包装中,根据目前的实验进度,有望在2022年初完成并实现再生塑料在产品包装中的应用。“在引进PCR后,立白集团预计将逐年减少碳排放,在2030年完成碳达峰的目标。”

而立白集团总裁陈泽滨则表示,目前公司已经成立了双碳战略行动委员会,立白集团将制定构建立白集团绿色指标体系,针对产品的生命周期环节,包括设计、原材料制备、生产制造、运输供应、流通与消费、回收处理环节加入绿色环保指标进行评估,继续持续加大推进“循环经济”“环保包装”“节能减排”等可持续发展方面的工作。“希望此次获得国内首个‘双易’认证优秀评级证书,可以呼吁号召更多力量共同推进塑料循环经济,为我国可持续发展贡献一份力量。”

黄埔推“美妆十条”
打造全国美妆大健康重镇

新快报讯 记者陆妍思报道 11月25日,黄埔区、广州开发区“万亿制造”计划的重点项目南方美谷集团正式揭牌,同时正式发布了“黄埔区、广州开发区促进美妆产业高质量发展办法”(下称“美妆十条”),加快发展成为全国美妆大健康重镇。

“美妆十条”是全国首个对化妆品新原料注册(备案)费用、新功效注册费用给予扶持的地区产业政策,以高素质人才为核心、以创新为导向,聚集高端创新要素,为鼓励入驻企业能做大做强、培育世界一流标杆企业,支持美妆产业突破科研攻关难题、提升产品核心竞争力,促进创新营销模式、助力创新企业高质量发展,搭建美妆产业平台、利好政策扶持美妆产业基地,整合区内有效资源品牌、加速产业集聚,强化土地支撑、质检服务保障等方面政府给予极大程度的奖励与支持。

推动能源结构绿色转型

兴业银行清洁能源贷款余额增五成

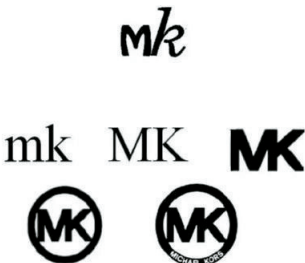
实现碳达峰、碳中和,加快能源结构转型是关键,金融力量在其中发挥着重要作用。今年以来,兴业银行加大对清洁能源产业的金融支持,构建多元融资体系助力能源结构绿色低碳转型,并通过业务模式和产品创新,建立绿色产业供应链金融生态圈。据了解,兴业银行今年前三季度绿色贷款增量已超过去年全年增量2.5倍,清洁能源产业绿色贷款余额612亿元,较年初增长55%。

新环境、新思路
法律专家共探互联网领域商标保护与维权

2021年中国“十四五”开局起步,知识产权强国迈向新的征程。互联网环境下的知识产权该如何保护,是否有办法化被动为主动,如何快速有效维权?

带着这一系列问题,广东商标协会联合广东商标品牌研究院、商标维权援助服务中心、超凡知识产权服务股份有限公司等,11月23日在广州共同举办了一场“互联网领域的商标保护与维权沙龙”,省内高校、科研院所、知名互联网企业法务、律师等齐聚一堂,围绕互联网行业知识产权保护热点、企业品牌保护策略等问题进行分享,共同探讨互联网行业商标侵权维权保护新思路。

■新快报记者 郑志辉



(上面为一审原告商标,下面五个为一审被告商标)

热点话题·1

为何商标民事侵权的判定标准近年出现较大转变?

中国互联网协会知识产权委员会专家顾问邱永清在主题分享中指出,互联网环境下产生了许多新型商品或服务,导致网络环境下的混淆使用情形愈来愈多,同时商标借助网络表现出的使用形式多样化,让商标侵权判断更加复杂。实际上,从我国各级人民法院近年来对相关案件的审判结果来看,对商标侵权的判定标准也发生了不小的转变。

《参考消息》是我国一份知名报纸媒体,早在1999年就获得核准注册。福建博瑞网络公司在其经营的安卓网上向网民提供名为“参考消息”的资讯类APP。对这宗商标侵权案,法院认为,博瑞公司与参考消息报社宣传内容类似,消费群体相关,容易使相关公众产生误认,构成类似商品,属于侵权使用。

而在另一宗“滴滴打车”商标侵权案中,虽然原告方的睿驰公司是第35类和第38类“滴滴”和“滴滴”文字商标的权利人,但法院认为,从标识本身看,“滴滴打车”图文组合标识具有较强显著性,与睿驰的文字商标区别明显;且睿驰所称其商标涵盖的商务和电信两类特点,均非“滴滴打车”服务的主要特征。此外,考虑到两种图文标识在实际使用时亦难以导致相关公众混淆误认。据此,法院判决驳回了睿驰的诉讼请求。

邱永清解释说,从商品或服务类别看,网络经营行为可能同时符合《类似商品和服务区分表》中多个群组的特性,故

在判断被诉侵权标识对应的商品或服务类别时,应当重点考察该主体所提供的具体经营业务的法律性质。其次,从商标性使用行为的认定标准看,若被诉侵权行为无法起到识别商标或服务来源的功能、不会造成相关消费者混淆的,则不构成商标侵权行为。

热点话题·2

互联网商标认定标准:谁先谁红谁正确?

在以往的商标侵权案实践中,常见的商标“混淆误认”,是消费者误以为后商标使用人的商品或服务来自先商标使用人。这种情形下,后商标造成的混淆或误认往往是为了“傍名牌”、攀附商誉,拥有更高知名度、市场地位的前商标属于应受保护一方。

不过,华南理工大学法学院教授关永红分享的是另一种特殊情况:商标反向混淆的认定。

关永红说,当经营实力、商誉处于强势地位的在后商标使用人,使用了与先注册商标相同或近似的商业标志,并使之具有较高知名度,从而造成消费者误认为先商标使用人的商品(或服务)来源于后商标,或与之存在某种经济联系,这就是一种反向混淆状态了。这种情形下,谁才是侵权一方呢?

关教授介绍说,2013年《商标法》修订时,将“混淆可能性”作为商标侵权认定标准的立法变化,强调了商标侵权认定应当以相关公众的一般注意力为标准,并且应当考虑请求注册商标的显著

性与知名度。

以2018年的“MK”案为例,当时的二审法院认为,被告的外国品牌手袋公司,其主要使用的商标为“MICHAEL-KORS”,且涉案商标与原告公司(澄海建发手袋工艺厂)1999年获准注册持有的商标(MK)具有在市场上共存的可能性,并不会当然造成相关消费者的混淆或误认。

关教授评论说,在“MK”案中,法院的判决,正是从相关消费者的角度出发,尊重相关消费者已在客观上将商标区分开来的市场实际,而不是把被诉侵权标识的知名度作为混淆可能性的考量因素。

热点话题·3

网络直播中的商标权保护与侵权认定

广州探途网络公司法务及政府事务总监叶意重点关注当前正处于高速发展的网络直播行业。她提出,网络直播业务包括销售、推销、技术提供等多种形式,其行为内容也直接影响相关业务的商标类目选择。网络经营者应当着眼于业务活动的实际使用范围,在品牌保护规划时考虑跨类保护。

此外,她还表示,网络直播业务正在逐步摆脱传统业务的开展基础,成为一种新兴、独立的业务形式,与传统服务存在较大差异,进而稀释了相关公众的混淆可能性。因此,在判断网络服务与线下传统服务是否构成近似时,也应当更为谨慎。