

央视新闻

今天 14:00 来自 微博原生直播

【直播庭审现场！#京东阿里双十一商标权纠纷案#】“双十一”这三个汉字不仅是狂欢购物节的标识，还是价值连城的注册商标。京东与阿里因它纠纷不断，常年诉讼。今天，北京知识产权法院开庭断案。#双十一商标该归谁#？关注↓（总台央视记者李文杰）



“双十一”商标到底谁的？

京东阿里商标大战开庭

“双十一”购物节到来前夕，阿里、京东大战又起。据央视新闻报道，11月10日，围绕“双十一”商标的两起商标行政案件，北京知识产权法院开庭断案。

京东对阿里巴巴在广告等服务上注册的“双十一”商标提起撤销申请，认为其连续三年没有在核定服务上使用该商标。国家知识产权局决定该商标在“广告”等部分服务上维持有效，在“商业管理辅助”等部分服务上予以撤销。阿里巴巴对撤销部分不服，京东对维持注册部分不服，分别起诉至法院。

据悉，京东与阿里的“双十一”商标之争由来已久。此前，国家知识产权局对京东的一批“京东双十一”“京东双11”商标做出无效宣告。京东不服诉至法院，法院认为将“京东双十一”与“双11”进行比对，二者在文字构成、呼叫、含义等方面明显具有较大重合。若允许“京东双十一”与“双11”使用在同一种或类似服务之上，容易使相关公众认为服务是同一主体提供的，或者其提供者之间存在特定联系，即两商标共存于市场具有引发消费者混淆、误认的较高可能性。

针对“双11”和“双十一”是否成为每年11月11日商业促销活动的通用名称，法院认为“京东双十一”和“双11”均核定使用在“电视广播”等服务上，原告所提交的证据不足以证明“双11”或“双十一”属于上述服务的通用名称，故对原告上述主张，本院不予支持。基于相同理由，本院亦难以认定“双11”或“双十一”在“电视广

播”等服务上缺乏显著性，故对原告关于引证商标缺乏显著性等相关主张，本院亦不予支持。

值得注意的是，经过检索发现，京东一边主张“双十一”为通用名称，一边也申请注册了许多和双11相关的商标，“双-11”“11.11”“11月11天”“双10季”……

11月10日，北京知识产权法院针对围绕“双十一”商标的两起案件进行庭审直播。两起案件开庭审理，京东公司、阿里集团在两起案件中分别作为原告一方参与诉讼，两案的被告均为国家知识产权局。

京东认为“双十一”是对每年11月11日购物节的一种习惯性表达，现在不仅是在电商领域，如教育、航空等各行各业在购物节促销活动中也都有使用，全社会共同参与，其应属于公共语言的范畴，不应落入私权垄断的范围。

同时，京东公司指出，阿里集团在举办购物节时，多是与其他商标结合使用，如“天猫双十一”字样。社会上通用的使用方式，多是在“双十一”前添加企业名称或商标，以区分不同企业的购物促销活动。其认为，被诉决定撤销此部分服务的商标注册应予维持。

另外，注册商标是以全文字形式的“双十一”，但阿里集团在使用中多采用“双11”、“11.11”等表现形式，这不应认定为对涉案商标的使用，在2015年至2018年间，阿里集团对涉案商标并未进行商标性使用，故应依法予以撤销。

阿里认为，阿里为“双十一”购物节的创始方，2009年，阿里集团首次将“双十一”运用于线上促销活动中，于2011年申请商标注册并获准。每年的促销活动期间，在广告宣传、商家促销协议、店铺装饰等环节，阿里集团都会将“双十一”字样应用于参与促销活动的产品中，使得消费者能够区分服务来源，识别促销商品。

对于“双十一”商标，阿里集团表示，其持续投入了大量人力、物力、智力投入，每年的推广营销费用巨大，这才让购物节具有了如此大的影响力。至于商标的具体使用形态，不论文字还是数字，其呼叫和含义没有区别，公司会在不同场景中运用不同方式进行设计，以体现美感、提升宣传效果。

阿里集团同意国家知识产权局复审决定中维持涉案商标注册的部分，而针对被撤销的部分，阿里集团提交了多份推广协议、营销活动相关证据，以证明其也在“商业管理辅助；商业信息”等服务上对诉争商标进行了商标性使用。

国家知识产权局解释称，在“商业管理信息”等服务上的使用，指的是针对工商企业提供的商业信息服务，而阿里集团提交的证据均是向消费者进行推广，并且没有从中获得对价，这与商标类目的要求不符，被诉决定撤销此部分服务的商标注册应予维持。

两案均未当庭宣判。

（来源：综合央视新闻、中国青年报、北京日报等）

法官说法 网络购物致纠纷，管辖法院如何定？

网络购物平台已成为许多人的购物首选渠道，若发生纠纷，应该由哪里的法院管辖呢？近日，太仓法院审理了一起网络购物合同纠纷的管辖异议案件，将案件移送到了被告住所地法院管辖。

住在太仓的小夏在某品牌零食旗舰店购买了10袋零食大礼包，价款合计1586元。到货后，小夏发现该商品上未标注任何产品信息，不符合食品安全法的相关规定，属于不符合安全标准的食品。故向太仓法院起诉，要求该品牌零食公司退还货款1586元，并要求十倍赔偿15860元。

该品牌公司收到应诉通知后，在答辩期内向法院提交了管辖异议申请，认为本案应该由被告住所地法院管辖。理由是淘宝用户小夏注册时平台会弹出协议条款，其中《淘宝平台服务协议》第十条约定：“您使用淘宝平台服务所产生及淘宝平台服务有关的争议，由淘宝与您协商解决。协商不成时，任何一方均可向被告所在地人民法院提起诉讼。”故该品牌公司认为本案应移送至被告住所地法院审理。

本院依法组织了双方进行管辖异议听证，原告小夏表示对于被告陈述的注册时弹出的条款，大多数用户并不会认真阅读，而是直接点击同意；且管辖条款夹杂其中，很容易被用户忽略。根据民事诉讼法司法解释第31条的规定，经营者使用格式条款与消费者订立管辖协议，未采取合理方式提请消费者注意的，

消费者主张管辖协议无效的，人民法院不予支持。故原告小夏认为本案由太仓法院管辖，符合法律规定。

法院经审理认为：法院管辖案件应遵循专属管辖、约定管辖、法定管辖的顺序。本案的争议焦点为约定管辖是否有效？为此法官当庭要求双方演示注册流程，注册时弹出框提示注册人审慎阅读、充分理解《淘宝平台服务协议》，提示该平台服务协议包括“与您约定法律适用和管辖条款”，且以粗体下划线予以标识。法官认为平台采用的弹出框及粗体、下划线的提示方式应认定为已采取合理方式提请消费者注意。原告小夏注册成为平台用户，视为认可其中的管辖约定，且该约定符合法律规定的要求。故裁定本案移送被告住所地人民法院审理。

法官提醒：得益于网络科技和物流业的发展，相隔千里的交易双方签订合同、完成交易已不再是幻想。协议确定管辖法院，对节约当事人的诉讼成本具有重要的现实意义。民事诉讼法第三十四条规定，合同或者其他财产权益纠纷的当事人可以书面协议选择被告住所地、合同履行地、合同签订地、原告住所地、标的物所在地等与争议有实际联系的地点的人民法院管辖。当事人签订合同时，应谨慎审查相应管辖条款，尽量选择对自己便利的法院以确定管辖，以免日后发生纠纷，徒增诉讼成本。

（太仓市人民法院 张晓晴）

警方通报 警方提醒：擦亮眼睛，提防网络消费诈骗

“双十一”购物节有关的各种网络促销活动铺天盖地，消费者纷纷开启网购达人模式，南京、常州等地反诈中心接报的与网购相关的诈骗警情明显增多。对此，警方整理了高发的几类网购类诈骗警情，揭露骗子常用的诈骗手法，提醒大家网购时一定要擦亮眼睛，提高防范意识。

典型案例一 网络刷单轻松赚钱？当心！

10月11日上午，南京市公安局建邺分局兴隆派出所接到小颖报警，称自己因刷单被骗一百余万元。经询问，9月，小颖在某社交平台上收到名为张某的留言，称正在招网络兼职。想着刚好能挣点“零花”在网上买些近期要用的小物件，小颖随即询问是否有适合自己做的，很快得到张某肯定的回复。就这样，小颖在张某的引导下注册了某平台，开始了“刷单”任务。

张某告诉小颖：只要点击平台上发布的任务，等自动跳转到商品订单页面，选择支付，就算完成了一单，后期会连本带利返还。小颖尝试着做了几个金额小的，看到本金及佣金可正常返还，提现后，便信以为真，继续“刷单”。然而，随着金额越来越大，其本金和佣金却迟迟不到账。小颖向张某询问，却被其以各种理由搪塞，并哄骗其继续做任务。国庆假期过后，已经投入120万余元的小颖越想越不对劲，遂报警求助。目前案件正在进一步侦办中。

民警介绍，刷单返利类诈骗虽然并非新兴手段，

但一直以来都是通讯网络诈骗案件中的高发类型。在这类骗局中，不法分子会冒充电商，以提高店铺销售量、信誉度、好评度为由，找人刷单刷信誉。起初，不法分子可能会在小金额范围内做出“连本带利返还”的动作，以骗取受害者信任。但随着受害者刷单金额越来越大，对方便会开始找理由拒绝返款，甚至诱导网友继续“刷单”。

（宁公宣）

典型案例二 快递理赔，原来又是诈骗

10月23日14时，常州市民王某报警称，他在家接到自称是快递人员的电话，说是他的快递丢失了，办理理赔手续后，可获得赔偿。于是，王某按对方要求，加了个QQ，进了群，在根据对方要求填写申请表后，对方告诉他，他的理赔不成功，需发验证码解冻账号。王某便将他收到的验证码告诉了对方，没想到银行卡内陆续被扣了9万元。

反诈中心民警：在这种骗局中，骗子一般能准确报出物流信息，骗取受害者信任。骗子将受害人拉进理赔QQ群、微信群后，会要求受害者扫二维码填写理赔申请。之后，他们又称受害者填写信息有误，导致银行卡被冻结，要求受害者继续填写手机收到的验证码解冻账号，实则转走卡中余额。

这类“理赔”骗局除了冒充快递员身份，还会冒充卖家告知受害人商品质量存在问题，要给予“理赔”，其实换汤不换药。

（顾燕 葛小林）

律师观点 网络购物防坑指南

“双十一”最早源自2009年淘宝商城的一场网络促销活动，经过多年发展，已成为中国电子商务行业的年度盛事，并且逐渐影响到国际电子商务行业。而现在的购物节怕是日历的365天也不够用了。除了电商平台“原创”的“6·18”“11·11”“12·12”几个日子，数得上的各大节日均不会被放过，除此之外，女王节、家装节、清凉日……商家总是希望有过不完的节。奔着优惠、打折而去的消费者，慢慢发现商家诚意不足，套路有余。消费者如何避免“被坑”，诸多法律规定值得好好学习。

问题一：双十一网络购物付了定金后，消费者反悔，能不能退还定金？

《民法典》(2021年1月1日起施行)第五百八十七条规定：“债务人履行债务的，定金应当抵作价款或者收回。给付定金的一方不履行债务或者履行债务不符合约定，致使不能实现合同目的，无权请求返还定金；收受定金的一方不履行债务或者履行债务不符合约定，致使不能实现合同目的，应当双倍返还定金。”

其实，消费者在某些电商平台购买预售商品支付定金时，只有勾选“我已同意定金不退等预售协议”后，才能支付定金。也就是说，在完成定金支付前，消费者就已经同意定金支付条款。

那么定金条款具体又是如何规定的呢？以天猫双十一购物为例，根据《天猫预售业务管理规范》：

1. 支付定金后，因买家自身原因导致未如期支付尾款，或买家申请退款且根据《天猫规则》《淘宝平台争议处理规则》等相关规则判定非卖家责任的，定金均不退还。
2. 支付定金后，因卖家原因导致买家未如期支付尾款的，卖家应退还定金，并向买家补偿与定金同等金额的价款。

问题二：在直播平台购物，收到货发现与直播间所展示的商品完全不一样，想退货退款对方却不承认怎么办？

《消费者权益保护法》第四十四条规定：“消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿；网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的，应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任。”



天猫双十一标识



京东双十一标识

为你支招 疯狂“双十一”网购需谨慎

“双十一”期间，各大电商平台早已摩拳擦掌，通过疯狂拼低价、争相给用户“送钱”等形式招揽客源。面对这些五花八门的促销活动，消费者在“买买买”时注意啥？遇到欺诈又该如何防范、如何维权呢？

质量纷争最多发

秦先生去年底在某购物网站上买了一部手机。可在收到货之后，他发现手机不是新的，开机后发现里面居然有两条一个月前保存的短信！秦先生马上找网站投诉，网站的说法是如果产品有质量问题可以退换，但这不算质量问题，不能退。无奈，秦先生只能凑合着使用手机。

支招：网购质量纷争主要体现在商品存在质量瑕疵和到货商品与约定商品不一致两大类。商品质量瑕疵有可能在生产、销售、物流运输等多个环节内产生，在这种情况下，买家在收到快递的商品后，应先仔细检查外包装，看有无毁损、变形，查验货物的性状，待确认无误后再签收。在实际商品性状与商家在网上描述的商品信息不一致时，买家应第一时间截留商品销售信息网页，保留好与卖家的交易、协商过程记录。随后，可以先向商家反映情况，也可向网络平台、消协等单位进行投诉，必要时可通过诉讼手段予以维权。

问题三：“双十一”期间，电商各种“满减”“打折”“全网最低价”，到最后居然比日常价格还高，消费者如何维权呢？

《中华人民共和国价格法》第十四条第四项规定：“经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。”

《禁止价格欺诈行为的规定》第六条规定：“经营者收购、销售商品和提供有偿服务的标价行为，有下列情形之一，属于价格欺诈行为：标示的市场最低价、出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的。”

第七条规定：“经营者收购、销售商品和提供有偿服务，采取下列价格手段之一的，属于价格欺诈行为：虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价，诱骗他人购买的。”

第十一条规定：“经营者有本规定第六条和第七条所列行为之一的，由政府价格主管部门依照《中华人民共和国价格法》和《价格违法行为行政处罚规定》进行处罚。”

双十一期间，一些电商为了吸引消费者，夸大优惠力度，或者在偷偷提高原价的基础上，扩大优惠力度，以此欺骗消费者。

一旦消费者发现有商家虚构原价悄悄提价的行为，消费者可保留消费凭证或者与客服的聊天记录，向网络平台或消费者协会投诉处理；或者向市场监管部门投诉举报，市场监管部门调查核实后依法予以处罚。

对于因受价格欺诈而购物的，在无理由退货时间之内，消费者自然可解除合同；超出无理由退货时间的，根据《民法典》第一百四十八条或者《民法典》第一百四十八条规定，消费者可请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

（江苏张林芳律师事务所律师 侯忠群）

价格欺诈最隐蔽

宋女士看到网上有原价7000多元的皮夹全部5折出售，就买了两件。收货时她在销售记录中发现，这件皮夹以前的售价就是3050元。宋女士以网店价格欺诈为由诉至法院，最后因证据不足未能立案。

支招：网购欺诈行为主要表现为两种形式：一种是在打折前先行虚高价格进行价格欺诈，使消费者误认为享受到了价格优惠而实施购买行为；一种是伪装成商家或交易平台的“钓鱼网站”，这种网站往往以盗取用户账户钱财为目的，其行为已涉嫌刑法意义上的诈骗。针对以上陷阱，买家在进行网购时，首先要谨慎选择交易对象，尽量选择有较好信用制度和保障制度的交易平台进行交易；选择商品时，要尽量做到货比三家，不轻易选用远低于合理市场价格的商品；交易过程中，不轻易泄露账户信息，保护个人隐私和财产安全；交易完成后，要保存好交易信息和电子交易单据，以防纠纷发生。在已经受到网络欺诈后，可及时向网络交易平台投诉，由其代为向商家交涉；或者根据属地管辖原则，向卖家所在地的消协进行投诉；必要时，可向商家所在地的法院起诉，以诉讼手段来主张权益。在遭遇骗子利用钓鱼网站诈骗时，应及时向公安部门报案，尽可能减少财产损失。

特价品“超卖”最常见

去年“双11”期间，大学生小李熬夜从某官方旗舰店上买了一件外套。10多天过去了，却被告知只剩几件残次品，店家不卖了。听到这个，小李懊恼不已：“拍好的衣服，哪能说卖就不卖了呢！”经过协商，最后卖家同意退款，但小李却因此搅乱了心情。

支招：特价品“超卖”，指的是卖家超出库存货物量接受订单导致的无法供货现象。其原因有多种：一是商家确实无货，但这种现象较为少见；二是商家为扩大交易量，增加评级指数而进行的虚假促销，这种情形在实践中较为常

霸王条款“最难防

唐小姐在一化妆品专卖网站上购买了10套面膜及其他护肤品。到货后，唐小姐却发现这些面膜及护肤品均涉嫌虚假宣传。在相关产品的说明书中，根本没有提及商家在网站宣传的具有“美白祛斑”等效果，郁闷不已的她打算向法院起诉，却因证据不足而自认倒霉。

支招：由于网络交易中合同电子化以及证据多由销售商掌握的特点，一旦发生虚假宣传纠纷，消费者在维权时往往难以有效收集、提供证据。因此，消费者在网购中特别要提高证据意识，比如向网络销售商家要发票，注意保留与网络销售商的聊天记录、电子交换凭证、物流取货单据以及网络宣传、质量承诺等证据。

“霸王条款”最难防

张某在某购物网站团购了一款摄像机。收货后张某发现该摄像机拍摄的画质特别差，便打算将其退掉。但网店工作人员说，买方通过网络下单的时候，商家已经通过弹窗的形式向其告知了“售出产品只换不退”的明确约定，只有买家选择点击“我同意”后，该订单才会成功生成，因此不同意退货。张某对商家的说辞愤愤不已，他想通过诉讼进行维权，但对该条款是不是“霸王条款”却有些拿不准。

支招：一些商家在交易合同中作出了对消费者不公平、不合理的格式条款规定，以此来减轻、免除其义务或者排除、限制消费者权利，达到规避法律的目的。合同法特别规定，对格式条款的理解发生争议的，应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的，应当作出有利于提供格式条款一方的解释。格式条款和非格式条款不一致的，应当采用非格式条款。根据以上规定，消费者在网购过程中，应仔细阅读相关合同条款，对于诸如“只换不退”“单方任意解除合同”等“霸王条款”要敢于说“不”。

（山东省昌乐县司法局 张兆利）

虚假宣传最“故意”

唐小姐在一化妆品专卖网站上购买了10套面膜及其他护肤品。到货后，唐小姐却发现这些面膜及护肤品均涉嫌虚假宣传。在相关产品的说明书中，根本没有提及商家在网站宣传的具有“美白祛斑”等效果，郁闷不已的她打算向法院起诉，却因证据不足而自认倒霉。