

5月1日起新商标法实施 禁止“驰名商标”用于商品包装

□记者 史妮超

走进超市，市民会发现不少产品上印有“驰名商标”；打开电视，一些商品的广告宣传中，“驰名商标”也是关键词。不过，在今年5月1日新商标法实施之后，“驰名商标”将禁止出现在商品包装上，也不能用于广告宣传、展览，否则将面临10万元罚款。

日前，国家工商总局下发了《关于执行修改后的〈中华人民共和国商标法〉有关问题的通知》。其中，最受商家和厂家关注的一项改变是：《通知》明确指出，在坚持实行驰名商标认定保护制度的同时，禁止生产、经营者将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。违反者将按修改后的新商标法处理，处10万元罚款。

消费者往往以为，“驰名商标”代表某个品牌商品质量好、信誉高。市场监督管理局广告处副处长黄迪就此指出，2001年“驰名商标”在第二次《商标法》修订中出现时，本意是对其扩大商标保护范围，可以跨类别、跨领域实施更好保护，防止被侵权“傍名牌”，而并非一个荣誉

称号。商品贴着“驰名商标”标识，并不足以说明其质量胜过同类产品。

“但实际上，在过去这些年里，‘驰名商标’被异化了。”据介绍，一些商家申请认定“驰名商标”，不是因为被侵权要打假，而是为了市场营销，断章取义把“驰名商标”作为评先评优的荣誉称号，用来提升商标的知名度。甚至有些企业为了获得“驰名商标”而弄虚作假，制造根本不存在的商标纠纷，以求在诉讼中被认定为驰名商标。

据统计，目前宁波共有经行政认定的“驰名商标”64件。“从去年10月份开始，我们已经通知相关厂商做好修改产品包装、广告的工作。也对企业加强了引导，转变对‘驰名商标’的认知。”市场监督管理局有关人士提醒相关企业，

抓紧时间进行整改，及时对产品包装进行更换。

目前，大量产品包装已印制“驰名商标”做宣传的厂商该怎么办？《通知》明确，对于将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，并于2014年5月1日以前已经进入流通领域的除外。也就是说，5月1日以前就已进入市场的印有“驰名商标”的商品，5月1日后仍可继续销售，直至售完。

此外，工商总局还确定，把“驰名商标”字样用于商品、商品包装容器上，驰名商标持有人应承担法律责任，由其住所地工商部门查处。住所地不在中国境内或因管辖权发生争议，由工商总局指定的工商部门查处。



雨中赏樱

昨日，四明山上细雨绵绵，但挡不住赏樱游客的热忱，他们在雨中尽情地欣赏好似灵动水彩画的高山樱花。

由于高山气温比平原低6℃至8℃，所以，宁波市区的樱花凋落之时，恰是高山樱花盛开时节。

记者 龚国荣 通讯员 贾嫣娜

私募基金登记备案 政策解读说明会将举行

□记者 房伟 通讯员 周凯

本报讯 昨日，记者获悉，由中国证券投资基金业协会、宁波市证券期货业协会、宁波市股权投资与创业投资行业协会共同举办的《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》宁波地区政策说明会，将于明天举行。

说明会邀请了证券投资基金业协会相关负责人进行政策解读。说明会主要面向私募证券投资基金、私募股权基金、创业投资基金管理人和创业投资基金等管理人等。

五月结婚旺季来临 “蜜月游”预订同比增三成

□记者 谢舒奕

本报讯 记者采访了解到，甬上各大旅游企业针对新人相继推出的蜜月旅游产品受到了广泛关注，5月份预订量较去年同期增长三成以上。

“婚期定在5月中旬的一个周末，稍作休息之后就立马请婚假度蜜月。”昨天下午，“准新娘”姚小姐冒雨跑到一家旅行社挑选出游线路，时间锁定在5月底。

旅行社数据显示，与去年同期相比，今年5月份“蜜月游”报名人数增加三成以上。“四月上旬以来，以青年男女为组合的客人预订量急剧增加，而类似的线路当中，日子寓意吉祥的较好卖。”相关旅行社负责人以一款八日游产品为例，由于出行时间囊括5月18日、5月19日、5月20日、5月21日，谐音“我要发”、“我要久”、“我爱你”等，推出不到一周就被抢光了。

据了解，5月份蜜月之旅火爆得益于“结婚热”的直接爆发。每年5月份都是结婚旺季，有所不同的是，今年是中国传统的“双春闰月”，又是马年，因此“蜜月游”市场需求较往年有所增加。

那么，5月份度蜜月，什么样的线路才是宁波新人的“菜”？

“海岛游”无疑是这一季的主打。“由于海岛行程普遍设置得轻松，再加上线路中能够接触到阳光、海水、沙滩、海鲜等浪漫元素，这足以令情侣们为之疯狂。”一家旅行社总经理表示。

不过相比国内，境外海岛线路更受新人们的青睐。从报名情况来看，选择出境蜜月游的人数占总人数的六成以上。业内人士分析，一方面，随着生活水平的提高，人们感受异国风情的想法越来越迫切；另一方面，随着夏季的到来，部分国内海岛线路迎来了一年一度的旺季，价格、服务等方面不具明显优势。

与此同时记者了解到，新人们选择的线路价格方面，万元上下最为主流。“5月份的线路，比三四月份有所上涨，但是涨幅不大，比暑期、‘十一’旅游旺季的价格均低两三成。”旅行社人士称。

双驱动四治理 转型升级点线面

甬民企青睐“迎娶”境外技术

□记者 彭莹 通讯员 吴静静

本报讯 来自宁波市外经局的数据显示，2014年一季度，我市共签订技术引进合同93份，合同总金额9819.1万美元，合同总金额同比增长20.27%。而其中，民营企业超越外商投资企业，一跃成为我市技术引进的主力。

“面对越来越激烈的市场竞争，只要有了自己的核心技术，才能保持企业的生命力。对于这一点，宁波企业主无不赞同。”鄞州一家机械企业负责人倪先生昨日向记者坦言，“但是对不少企业来说，自己搞研发、搞创新是困难重重，资金、人才等都是问题。”在这种情况下，引进技术、购买技术成了企业发展的一条重要途径。“我们现在也正在和台湾的一家企业谈合作，打算引进他们的塑料工艺。”

数据显示，今年一季度，我市民营企业，技术引进合同10份，合同金额为6594.3万美元，同比增长14倍多，占我市技术引进合同总金额的67.2%，成为一季度我市技术引进的亮点。外资企业引进技术合同68份，合同金额为2847.4万美元，同比下降57.6%，占总金额的29%。

而境外的高新技术正推动我市企业转型升级。“通过引进软实力，企业的竞争力得到了更大的提升。”宁波康福特健身器械有限公司是一家主营按摩椅的高科技企业，近年来每年的出口销售额都保持着远超100%的增速，不断更新的各项技术是其制胜的法宝之一，该企业经营管理部经理范再明向记者举了个例子：“我们以每年人民币数十万元引进日本顾问，通过和我们自有研发团队的合作，大幅提高了按摩椅的工艺。技术服务引进给我们带来了数十倍的回报。”

一季度，我市技术引进的来源国家和地区共有15个，欧美日仍然是我市技术引进的主要来源地。其中，与欧盟签订技术引进合同24项，合同金额7172万美元，同比增长138.8%，占技术引进合同总金额的73%，是我市技术引进最大来源地。而欧盟国家中，来自瑞典技术引进增幅显著，引进6353.7万美元，同比增长6倍多，占总金额64.7%。来自美国和韩国技术引进金额分别为1386.4万美元和583.45万美元，金额占比为14.1%和5.9%，分列第二、三位，自韩国技术引进增幅明显，同比增长2倍多，成为一季度我市技术引进前十位国家中仅次于瑞典增长较快的国家。

宁波设计携手骆驼地暖 精彩纷呈引爆家博会



展会现场

4月11日至14日，第12届中国国际家居博览会在宁波国际会展中心盛大开幕，家博会作为宁波今年开春最大规模的房产家居行业盛会，备受业内关注。本届家博会共设标准展位3800个，展览面积6.7万平方米，包括房产、建材、家装、家具、家纺五大展区，展品涵盖家居上中下游十二大板块。

《宁波设计》杂志携手骆驼地暖亮相家博会，推出了2014年宁波设计精英赛系列活动之“温暖家庭”户型征集活动，并展开了一系列精彩纷呈的抽奖活动。现场人山人海、氛围融洽，场面十分火爆，掀起了不小的高潮。

活动开始前半小时，宁波设计的展位前就排起了长队，有的翘首以待，有的忙着关注宁波设计杂志的微信公众号，有的呼唤朋友来参加，都对开奖时刻无限期

待。不到45分钟，所设奖品就全部颁发完毕，不少没能参与抽奖的市民都表示十分遗憾。

此次活动由专项奖与大众奖两部分组成，其中专项奖的最高奖项是由骆驼地暖提供的价值27600元的80㎡地暖。重磅推出的奖项吸引了大量参观者积极报名参加，纷纷拿出自家户型图参与抽奖活动，不少与现场装饰公司签订了合同的业主也赶着来抽奖，还有许多市民咨询着有关骆驼地暖的信息，可谓掀起一阵地暖热潮。

终于，在众人期盼的目光中，活动首日的两名一等奖在现场诞生，市民刘先生一家和市民张先生成为了价值13800温暖大奖（40㎡地暖）的幸运儿。市民刘先生说：“南方的冬天湿冷，更需要地暖，特别是有老人小孩的家庭。”刘先生新家准备装修，原本就打算给新家配置一套地暖，此次获得这么大的惊喜，一家人都笑得合不拢嘴。



骆驼地暖