

造跑车的企业还卖酒？

长沙“法拉利”酒业公司被诉商标侵权 4名被告遭索赔350万元

本报9月14日讯 “葡萄酒包装盒以及葡萄酒标签上，都标识了一个马和盾形的组合图案，跟法拉利跑车的商标完全一样，就连马头鬃毛的方向、线条也是完全一致。”今天，长沙法拉利酒业贸易公司商标侵权案在长沙市中级人民法院长沙知识产权庭开庭。

意大利法拉利公司代理律师通过现场比对，指出冷君及其名下两家酒业公司、华润万家超市4名被告的侵权事实，并向其索赔350万元。

控方：
多被告共同侵犯其商标权

“自1991年起，法拉利公司就在中国申请、注册了一系列‘法拉利’、‘法拉利’、‘FERRARI’及跃马图形商标，这些商标迄今有效。”法拉利公司代理律师说，法拉利汽车已于1993年5月进入中国大陆市场，经过25年的进口、销售、推广，法拉利品牌已成为中国相关公众所熟知，成为汽车商品上的驰名商标。

代理律师从工商部门获悉，冷君在2004年2月申请注册“法拉利”商标，于2007年1月28日获得注册，商品范围是葡萄酒等酒类饮料。2008年12月10日，他投资设立“长沙法拉利酒业贸易有限公司”，从山东烟台定制或国外进口，运营“法拉利”葡萄酒等酒类商品，通过华润万家超市、自营的酒业商行销往市场。

“几名被告的侵权行为长达9年，这是一种恶意的侵权行为。”代理律师表示，她曾于2016年11月，在冷君经营的公

司住所，公证购买了一批‘法拉利葡萄酒’，发现其发票、商业宣传资料上存在多处商标侵权行为，比如，被诉侵权标识的英文部分为“FALALI”是“法拉利”注册商标的拼音形式。

为防止被继续侵权，法拉利公司诉求法院判令几名被告停止侵权行为，在湖南省级报纸公开道歉，同时索赔350万元。

被告方：
不存在侵权行为

“冷君注册‘法拉利’商标已有十几年，其开办的两家公司只是对其注册商标的使用，不存在侵权行为。”长沙法拉利酒业公司代理律师认为，早在2005年8月26日，法拉利公司一并向多个商品类别申请了近20件相关商标，有意避开了酒类等已有人申请注册的类别，说明其“知道并接受”他人先注册的结果。

被告方指出，法拉利是意大利的普通姓氏，法拉利商标在汽车、葡萄酒等多种商品上都是并存的商标，且法拉利公司并没有使用葡萄酒商品的意图。“原告在超过5年争议期限的情况下提出诉讼，其目的是替‘酒公司’抢夺被告的商标，再允许‘酒公司’使用。”

庭上，华润万家生活超市的代理律师提交了其合法进货渠道的证据，并表示该酒类已于2013年前售完，亦不存在侵权行为。

因双方证据还需进一步核实，法庭将择日进行宣判。

■记者 杨昱



14日上午，在长沙市中级人民法院长沙知识产权法庭，意大利法拉利公司代理律师当庭比对，证实被告商标侵权。
记者 杨昱 摄

造血干细胞捐献者，你还好吗

世界献髓者日，长沙开展造血干细胞巡讲宣传

本报9月14日讯 每年9月的第三个星期六，为世界骨髓捐献者日。今天上午，由湖南省红十字会、省红十字会造血干细胞管理中心指导，长沙市红十字会主办，长沙市芙蓉区红十字会承办的“造血干细胞捐献者，你还好吗？”巡讲宣传活动现场，450多名来自芙蓉区各界的代表聆听了巡讲团成员的感人事迹。

据介绍，我国目前等待造血干细胞移植的患者近百万人，仅白血病患者每年就新增4万人以上，而湖南省是全国地中海贫血高发区，要成功地进行造血干细胞移植治疗。截至目前，中国造血干细胞捐献者资料库录入捐献者资料250多万人份，完成造血干细胞捐献

7609例。

湖南省分库自2003年正式启动以来，造血干细胞捐献工作已全面展开。截至2018年8月，已招募135425名志愿者，515名志愿者为患者捐献了造血干细胞（其中向新加坡、瑞士、英国、韩国、澳大利亚、香港、台湾患者捐献20多例）。

今年4月份开始，长沙市红十字会在全市开展电话回访、走访活动，对造血干细胞捐献者进行回访，挖掘典型代表及其先进事迹，从中选取了最具代表性的典型个人进行宣传和故事展播，在全市筹备10场次造血干细胞巡讲宣传活动。

■记者 李琪
通讯员 姜新任 实习生 薛国清

家有失聪孩可申请救助

本报9月14日讯 为了更好地为广大失聪儿服务，湖南省儿童医院近日将启动“天使分贝”第三轮30万爱心救助计划，面向全省征集10名患儿，符合救助条件来院手术的患儿在享受医疗保险6.75万元报销的基础上，每人可再享受3万元费用减免。该救助计划专用于救助我省各市州0-6岁患感音神经性耳聋的贫困儿童。有意者可在9月20日前联系，可电话或发信息至2576015970@qq.com 电话：0731-85356311 85356371（周一至周五上班时间）。

■记者 李琪
通讯员 姚家琦 实习生 董国清

美学与科技融合 高端洗衣机被重新定义



2018年的洗衣机行业可以用“喜忧参半”来形容：忧的是受房地产市场新增需求不旺、原材料价格高位运行等影响，洗衣机行业进入下行通道；喜的是伴随消费升级，高端洗衣机迎来前所未有的发展“风口”，市场的更新换代需求正逐渐被释放。

那么，未来更吸引消费者的洗衣机是什么样子的呢？

高端产品渐入佳境

在消费升级的大趋势下，洗衣机用户的需求发生了巨大变化，从追求可靠、耐用到追求性价比，再到追求新颖的设计与功能，高端产品日益成为市场上的新宠。奥维云网(AVC)消费者推总数据显示，2017年，高端(5K+)洗衣机零售额已经达到97亿元，同比增长37.4%；超高端(10K+)产品零售额为9亿元，但同比增长迅猛，达到124.1%。

面对消费趋势的变化，洗衣机行业巨头也纷纷加快产品升级步伐，竞相抢占市场“高地”，健康、智能以及艺术化的设计，都成为高端洗衣机产品的主攻方向。

洗衣机进入看脸时代

伴随生活水平提高以及大众审美品位提升，高端家电开始向着品质化、艺术化、个性化的方向迈进，甚至出现了传统家电与工业设计融合发展的新趋势。

今年8月，松下就正式推出了与保时捷设计共同研发的ALPHA阿尔法洗衣机，其采用包豪斯极简设计风格，并且融合保时捷经典设计元素，新产品不仅打破了传统洗衣机的设计禁锢，而且还带来了品质感、价值感以及实用性的全面提升。其中，轮毂式内筒，滚筒设计灵感来自高级跑车轮毂造型，结构强悍，匹配1600rpm行业超高速，实现卓越洗涤性能；五炮筒仪表盘UI设计，设计灵感源自经典五炮筒仪表盘，极富专业感UI阅读性能，简洁中透出时尚，经典中尽显品位。

新升级激活新需求

在开启设计新思路、新理念的同时，对原有功能的大幅升级也成为高端洗衣机的另一

大特征。

据了解，松下就在今年推出的ALPHA阿尔法洗衣机上搭载了nanoe™MX（除菌报告编号：WXq-18-30225 菌种类型：大肠埃希氏菌、金黄色葡萄球菌；除味报告编号：WXq-18-30224 纳米水离子技术，这也是该技术首次搭载于洗衣机产品之上，可有效深入渗透至衣物纤维深处，除菌率高达99%以上，同时消除衣物上的烟味、火锅味等顽固异味；松下Ag+光动银除菌技术，实现常温洗涤条件下的高效灭菌；业界专业的双极除螨技术，除螨率高达98.56%；Jet射流自洁系统，全方位去除内外桶夹层上附着的污垢，保持桶内清洁，减少二次污染。

洗衣机行业已真正意义上步入成熟稳健的时期，洗衣机行业若想保持持续发展，就必须紧抓用户需求变化，在外观设计与功能技术上不断创新。届时，转型更快的品牌与产品，势必将获得更具优势的制高点。

百安居首登唐山和长沙 深耕北方及中部

百安居源自欧洲，是国际国内知名的大型建材零售和装修服务提供商。1999年正式进入中国市场，迄今已于全国50多个城市设立了百余家门店。2017年百安居率先投身新

零售，创新性地推出百安居B&T home新零售家居智慧门店。今年9-10月，百安居又在北京、唐山、青岛、上海、杭州、厦门、广州、长沙8个城市陆续推出11家新零售家居智慧

门店，抢滩下半年新零售家居市场，实现全国新零售家居版图再深化。

百安居借助科技升级、空间升级、产品升级，全新赋能线下门店，打造国内全端同步覆

盖的家居智慧门店，力求突破传统家装家居购物冰冷的“展示”方式，通过真实还原家的感觉，为消费者带来更多体验感与互动感，创造所见即所得的购物体验。