

并非一般意义上的“案子”新闻,而是想通过如实的报道,反映科技界的权益、责任和义务

■你说我说

文·张锋

“一晚只需一度。”对于美的空调的这一广告语,大家或许并不陌生。然而,新华社近日有报道披露,美的空调“一晚1度电”的广告涉嫌误导消费者。在今年3月份,家住石家庄市的女女士,在看到了上述广告宣传之后,果断地购买了一台美的高频26KB变频空调。她惊讶地发现,这台宣称“一晚1度电”的空调结果足足消耗了9度电。(6月4日《中国经济周刊》)

其实,“一晚只需一度电。”不是不可以做到,正如美的方面所称的:“有实验室的数据,有第三方检

测”“权威专家是认可的”,甚至还被某委员会鉴定为“国际领先”。既然如此“高科技”,为什么范女士家的空调如此“不省心”呢?问题出在哪?恐怕还是在“理想”与“现实”的区别上:“一晚一度电”仅仅是在苛刻的“特定条件下”,比如在实验室的理想环境中;而搬到普通消费者家里,“一晚一度电”也仅仅就是个“理想”罢了。

人是生活在现实里,不是活在理想中。一些厂家拿着理想状态下的高科技来宣传产品,必然会误导现实中的消费者。其实,拿“高科技”来忽悠消费

者的又何止于此。有人对虚假的“高科技”词汇做了一个总结,发现“基因”、“纳米”、“离子”、“超导”等高科技词汇成了不法厂商忽悠人的“热门词汇”。

对于这些“高科技”产品,我们也常常会听到如下功能:活血化淤、疏通经络、滋阴壮阳、延缓衰老。明明是一件衣服,却和“纳米技术”扯上关系;明明是一台吸油烟机,却有“负离子保健”之功效;明明是一个床垫,却冠以“太空概念”的帽子,号称激活细胞活力,防止肥胖。五花八门的“高科技”不一而足。

产品融入“高科技”是件好事,但前提是“高科技”要名副其实,否则,披着“高科技外衣”,行虚假诓骗之实,所谓的“高科技”势必在消费者那里原形毕露,侵害消费者权益。随着生活水平的不断提高,科学技术越来越多地普及到日常生活中,消费者在选购产品时对产品的科技感要求越来越高。对于“高科技”,消费者无疑是情有独钟的。然而,要想不被“高科技”所迷惑,消费者除了要保持一份理智外,相关部门的监管也要跟上“高科技”的步伐,让虚假“高科技”无处遁形。

别拿“高科技”来忽悠消费者

■法治时刻

近5000辆进口欧蓝德汽车被召回

科技日报讯(记者林莉君)国家质检总局发布通报称,三菱汽车销售(中国)有限公司向该局备案了召回计划,自6月5日起,近5000辆2013款进口欧蓝德汽车将被召回。

这些被召回的汽车分别是生产日期为2012年11月17日至2013年3月25日的进口欧蓝德汽车,在大陆地区涉及4460辆。这些车辆是由于供应商制造原因,导致电动动力转向控制组件的监视内部微机电源的元件故障,方向盘的操作力将会增大,存在安全隐患。三菱授权经销商将负责更换改进工艺后的电动动力转向控制组件。

此外,被召回的车辆还包括生产日期为2012年12月4日至2013年3月27日的进口欧蓝德汽车,型号为GF8WX-TUPZLIC,在大陆地区涉及214辆。

这些车辆存在两项缺陷,第一项是由于配件设计原因,导致可能将隧道或隔音墙等误识别为前方车辆,并制动减速,存在安全隐患。第二项是由于配件设计原因,导致电动尾门启动后,原设定的危险警示灯闪烁提醒功能无法作用。同时,进行转向信号手柄操作后,转向灯也无法闪烁,存在安全隐患。三菱授权经销商将负责对程序进行升级。

相关车主可拨打三菱服务热线咨询,也可登陆中国汽车召回网,或拨打缺陷产品管理中心的热线电话(010-59799616、65537365)了解更多信息。

质检总局:春季农资打假查办案件货值近5000万元

科技日报讯(实习生徐冰)近日,国家质检总局新闻办通报了春季农资打假情况,今年春季,全国质检部门以化肥、农药为重点产品开展农资打假工作,截至4月底,共查办农资案件1489起,货值4983.3万元。

据介绍,2013年春季,全国质检系统以化肥、农药为重点产品,以“农资下乡”、“质检利剑”行动、重点区域整治为工作抓手,全面开展农资打假工作,重点打击化肥产品有效养分含量不足、虚假标识和无证生产化肥、农药等违法行为。共执法抽查化肥2783批次,检出不合格化肥621批次,查获假劣化肥6798吨,货值1415万元,移送公安机关案件5起,查获假冒化肥包装袋5180条,其中,查处了包括贵州福泰化工有限公司生产农用碳酸氢铵冒用质量标志、衡阳莱德生物药业有限公司无证生产草甘膦原药等一批大要案。

此外,在今年的春季农资打假行动中,全国质检部门重点开展了区域性质量问题整治。河北、江苏、安徽、山东、湖南、贵州、新疆等7个省份确定了13个农资重点区域开展整治,涉及化肥、农机、滴灌带3种产品,共307家生产企业。

质检总局相关负责人表示,下一步,质检总局将推动各地质检部门继续深挖案件线索,对确定的重点农资区域性质量问题开展区域整治,同时强化案件会商研判,提高执法打假工作有效性。

商务部:对输欧光伏产品不公正征税,中方坚决反对

新华社北京6月5日电(记者雷敏)当地时间6月4日,欧盟委员会公布对中国光伏产品反倾销调查初裁结果,决定从6月6日至8月6日对涉案中国光伏产品征收11.8%的临时反倾销税。商务部新闻发言人沈丹阳5日就此发表谈话说,中国政府和产业对通过对话磋商解决问题表现了极大诚意,作出了巨大努力,欧方仍执意对中国输欧光伏产品采取不公正的征税措施,中方表示坚决反对。

沈丹阳表示,中方同时注意到,欧方裁定的临时反倾销税率从此前建议的47.6%降低到目前的11.8%。我们希望欧方进一步拿出诚意,展现灵活性,通过磋商找到双方都能接受的解决方案。

沈丹阳强调,中国高度重视中欧战略合作伙伴关系。经贸关系是中欧关系的重要基础,中方不愿意看到光伏产业贸易摩擦影响中欧关系大局。我们已经做好充分准备,希望欧方与中方尽早开始价格承诺谈判,维护中欧经贸合作大局。

沈丹阳同时表示,中国政府已启动对欧盟葡萄酒反倾销和反补贴调查程序。

中美知识产权联合执法成效显著

科技日报北京6月5日电(记者陈瑜)为期1个月的中国海关总署、美国海关与边境保护局打击偷运假冒消费电子产品知识产权联合执法行动日前结束。联合行动期间,我方共查获偷运假冒消费电子产品千余批,涉及货物10余万件;查获除消费电子产品以外的其他偷运侵权货物百余批,涉及货物逾10万件。

据了解,此项行动选取我广州、深圳、上海、北京、黄埔、杭州、福州、青岛和拱北等9个口岸及美国阿克雷奇、达拉斯、纽约、洛杉矶和芝加哥5个口岸,对USB数据线、灯具、电池、手机及配件、耳机等消费电子产品予以重点监控,并联合香港海关共同拦截由内地经香港中转的偷运侵权货物。

钱钟书手稿书信拍卖引发三大争论

■将新闻进行到底

文·实习生 徐冰

“我没有‘登泰山而小天下’之感,只在自己的小天地里过平静的生活。”这是我国著名的作家、翻译家、已故著名作家钱钟书的遗孀杨绛先生在百岁生日时写下的一句话。

新闻回顾

钱钟书信札拍卖争议 法院“叫停”拍卖

近日,北京中贸圣佳国际拍卖有限公司宣布,6月22日将在北京举办一场名为“《也是集》——钱钟书书信手稿专场”的拍卖会。届时,66封钱钟书书信和《也是集》手稿,12封夫人杨绛的书信和《干校六记》手稿,6封女儿钱瑗的书信将集中拍卖。然而此次拍卖活动事先并未得到当事人杨绛先生同意,杨绛先生也在第一时间发表公开信,坚决反对此次拍卖,要求立即停止,如若不然,自己则亲自走向法庭,维护家人权益。面对杨绛先生和业内很多专家学者的指责,拍卖公司却声称拍卖将会如期进行。

一波未平一波又起。在中贸圣佳是否坚持拍卖钱钟书信札尚无进展之时,有媒体曝出,三件钱钟书

然而,这种平静的生活却被最近接连两起拍卖公告打破。不到一周时间,杨绛先生先后两次对于钱钟书和她的书信被拍卖一事发表声明,强烈反对拍卖书信。

书信将出现在6月3日保利春拍现场。对此,杨绛先生再次发表《紧急声明》,态度坚决地反对保利拍卖钱钟书和她的三封私人书信,并要求北京中贸圣佳国际拍卖有限公司立即停止将于本月举行的有关拍卖和宣传活动。6月2日18时许,保利拍卖公司在官网上声明,涉及钱钟书与杨绛的信件撤拍。

6月3号,北京市第二中级人民法院作出裁定,要求中贸圣佳国际拍卖有限公司不得实施侵害钱钟书、杨绛、钱瑗写给李国强的涉案书信手稿著作权的行为。

尽管这起事件以杨绛先生维权成功做结点,但是由此场风也引发了三个争论。

争论一

私人书信拍卖究竟合不合法?

王凤海(《中华人民共和国拍卖法》起草人之一,中央财经大学拍卖研究中心名誉主任):私人书信拍卖应当是合法的。按照规定,凡是法律法规不禁止流通的物品或者财产权利,其所有权人只要拥有完全的处分权,就可以根据个人的真实意愿来决定该物品或者财产权利的处置,在处置的过程中可以收藏或转让,在转让的过程中可以赠与或买卖,在买卖过程中法律并不排除拍卖这种方式。实践中,在国内外都有拍卖名人信札的先例,因此私人书信拍卖是再正常不过的现象。

秦前红(武汉大学法学院教授、博士生导师):以拍卖法的有关规定来衡量,拍卖公司拍卖其合法取得的私人书信并不违法。但私人信件作为特殊物品,既涉及书信往来人之间私密意愿表达,是私人意志自由、伦理认知的重要载体,又可能夹杂隐私人物、指点世事等诸多影响他人的私密信息,对此,应

结合宪法、侵权责任法、民法通则等有关法律的原则、规则,进行整体性衡量,并立足利益的权衡作有利于书信人的法律适用。

唐新波(北京康达律师事务所合伙人、律师):根据《拍卖法》第六条“拍卖标的应当是委托人所有或者依法可以处分的物品和财产权利”的规定,委托人对拍品要有所有权或者处分权。不过,书信拍卖有两个权利问题需要解决:一个是书信的所有人同意并授权;另一个是书信著作权人同意并授权。就本案而言,委托人无权委托拍卖杨绛先生赠与的书信,因为杨绛先生赠与时附随受赠人义务,留作纪念,不作他用,不得公开,拍卖公司在知道杨绛先生的声明后,亦无权再行拍卖,否则会构成共同侵权,立即停止拍卖是明智之举。当然,不是所有的书信都不能拍卖,如果在著作权保护期内,取得著作权人和所有权人同意或者过了著作权保护期,所有权人委托,就可以拍卖。

争论二

物权、隐私权由谁先行?

王凤海:首先应先分析物权和著作权的冲突。根据中华人民共和国著作权法的相关规定,著作权人通过买卖、赠与其他合法的方式将其作品转让给他人,这时作品的物权和著作权就发生了分离。根据《中华人民共和国著作权法》第十八条规定,作品原件所有权转移,不视为作品著作权的转移。需要强调的是,随着作品所有权的转移,作品的展览权同样也发生了转移。当物权和著作权发生分离时,如果有其他的因素介入,往往会产生矛盾或发生纠纷。信件的拥有者具有所有权,信件的作者具有著作权,所有权属于物权,著作权属于知识产权,当物权和知识产权发生纠纷时,应当坚持物权优先的原则。

秦前红:由于不同的权利有不同的行使角度,并且有时会表现出价值诉求的对立,因此权利的冲突是权利行使的自然伴生物。通常对于权利的冲

突有两种消解方式,其一是在立法中直接对权利进行价值排序,设定某种权利对其他权利的优先性。其二是由司法根据具体情势进行具体衡量。本案所涉及的物权与隐私权冲突问题,在现行立法中并未有明确的位序安排,如进入诉讼程序,则应由办案法官依据保护公共利益、维护程序良俗等原则,参照案件具体事实进行具体裁量。

唐新波:我认为,信件拍卖从侵犯的著作权层面维权更好实现权利。信件作者就是著作权人,信件的阅读对象限于收信人,要发表的话,需要征得写信人的同意和授权。因此与其说是物权与隐私权的冲突,不如说是所有权与著作权的冲突。所有权人的处分当然不得侵犯他人的合法权利,包括著作权人,所以信件拍卖,如果写信人的著作权还在保护期内,当然要求著作权人同意和授权,否则就会侵犯著作权人的著作权,引起一系列法律后果。

争论三

拍卖委托人信息是否该保密?

王凤海:一般情况下,如果委托人或竞买人(买受人)对自己身份要求保密时,拍卖人应当进行保密,拍卖本身是一种匿名交易,在拍卖活动中,竞买人持有的竞买号牌是其身份的唯一证明。法律做出这样的规定,其实也是对个人生命财产的一种有效保护。设想,假如不经委托人或者竞买人(买受人)本人的同意,而将其信息予以公示,恐怕又会造成新的侵权纠纷。

秦前红:当下拍卖业呈现的乱象,凸显中国拍卖立法的缺失。未来的拍卖修法在确认拍卖行业自治传统、确保当事人意思自由的原则下规定有关

拍卖保密事项。在立法技术上应该更加周密、周延,尤其应具体规定保密事项的除外条款以及解密程序等。

唐新波:我国拍卖法并未规定委托人信息不能公开,委托人信息保密仅限于委托人自身要求,通过与拍卖人签署保密协议约定。我国拍卖法规定,委托人不得参与竞买自己委托的拍品,拍卖行也不得拍卖自己所有的物品,因此从公平原则来说,拍卖人应当向竞买人说明委托人的情况,便于竞买人和买受人监督,当然,也可以通过向工商部门备案、监督。

专家建议

名人书信被拍卖应如何应对?

王凤海:对本案信件是否侵犯了杨绛先生的隐私还需做具体的分析。如果本案中委托人即通信人,杨绛先生可以主张自己与通信人之间来往信件中的隐私不被侵犯,但其不能主张除自己之外的其他人(包括她的家属或亲人,因为其他人也享有自己的隐私权)与通信人之间来往信件中的隐私权。如果委托人不是通信人,则应该分析信件通过何种方式到达委托人手中,如果是杨绛先生本人赠予或转让,则视为其部分或有条件地放弃了自己应当享有的隐私权。本案中,杨绛先生主张个人隐私不被侵犯,可以向公权力机关寻求帮助,公权力机关对此作出判断,根据判断结果决定是否撤拍。即使不撤拍,相关当事人也可以通过与竞买人作出约定,如:书信转让之后不得用于结集、出版、展览,不得泄露书信当事人的隐私等等,同时做出只有同意约定条款,签订相应协议后才

可以参与竞买的保证。这种应对方式就是民事行

为中的约定优先。

秦前红:首先是尽快启动修法或者由最高法院颁布可适用性司法解释;其次是被侵权人应及时运用法律武器保护自己合法权益,制止侵权行为;再次,拍卖行政监管部门,应该依法行政,不得怠于行使监管职责;最后媒介应该合法、合理切入关注个案,以提升社会维权意识,开启公民维权心智。

唐新波:从拍卖行来说,要严格审查委托人是否有所有权和处分权,确认权利来源合法性;其次,要审查书信的著作权保护期是否过期,如果还在保护期内,则应当审查是否有著作权人授权。委托人也应注意,是否拥有完整的所有权和处分权,以及是否征得著作权人授权或同意。同时,作为市场监管部门,工商行政管理部门,也应当加强监管,要求拍卖行按规定报送有关委托手续和权利信息,没有完整所有权处分权和著作权的,要求拍卖行不得拍卖。

广东3G市场三分天下 TD终端发展稳健

科技日报讯 广东作为全国通信行业发展的最为活跃的地区之一,TD终端市场发展一向十分稳健。日前,“赢战2013 圆梦未来”广东移动渠道大会暨手机展销会在广州举行。中国移动广东公司在会上发布了助推厂家、平台、渠道、促销员圆梦计划的四项举措。

据广东移动相关人士透露,2013年1—5月,广东移动完成了750万的销售目标,上半年有望达成900万销量,在全国一马当先。经过两年左右的努力,广东移动已成功实现广东3G市场“三分天下有其一”的目标。

展销会上,广东移动副总经理郑川表示,广东移动将以“开放合作、竞争发展”为原则,谋求产业链上下的广泛合作,打造创新发展、规模发展的平台,进一步保障厂家、平台、渠道利益。”为进一步提高中国移动定制终端的市场份额,向产业链上下游提供更高效率的服务,在现场领导和嘉宾的见证下,广东移动发布了助推厂家、平台、渠道、促销员圆梦计划的四项重要举措。

据了解,这四项举措一是助力厂家的品牌梦。首先是“扩军”,从产品人库上,入围品牌扩大到前30名,全省操盘机型从广东市场全制式终端销量排名前20名品牌扩大到前30名,排名将每季度动态更新。其次是“提质”,从“三同向三优”(优先发布、优先供货、优惠

价格)转变,在抢占TD市场份额的同时带动品牌形象提升。最后是“领跑”,今年广东移动将开展4G 211工程,投入100亿元将TD-LTE网络覆盖至全省21个地市的热点区域,并将拓展10万体验客户,为后续4G规模发展打下良好基础。二是助力平台实现发展梦。具体措施包括:缩短供应链,加快营业厅开放步伐;进行平台实施五个统一支撑,包括统一政策、统一上架、统一物流、统一促销员管理和统一结算;建立平台管理系统等。三是助力渠道实现财富梦。从信息流、资金流、实物流三大维度对渠道提供全方位支持。具体措施包括:提供优质大型渠道货源直供,简化流程;建立手机订单中心,全面支撑渠道线上线下订单订货;优化售后服务中心,提高支撑效率;对中小渠道提供银行信贷支持,助力资金周转;强化质量监控,实现奖优罚劣等;四是助力促销员实现的成长梦。广东移动将与各大厂家、渠道联合,以促销员的个人成长为核心,开发“促销员彩云平台”,利用先进的云端服务,综合运用培训、沟通会、网络教学等方式,给促销员搭建一个培训平台和沟通平台,让大家能够及时交流、共同进步。同时,广东移动还设立了“卓越促销员激励计划”,面向所有终端厂商促销人员、渠道店员,投放专项资源。

(王婷婷)

“老百姓用得起的LED”亮相光亚展

科技日报讯 6月9日—12日,被视为全球最全面及最具前瞻性的照明盛事——广州国际照明展(下称“光亚展”)将在广州中国进出口商品交易会琶洲展馆隆重举行。广东奥其斯科技有限公司也将携“工厂超市”模式和最具竞争力的LED球泡灯、LED日光灯管等系列产品亮相光亚展9.3馆B16展位,将与来自国内外的知名品牌同台竞技。

据光亚展主办方广州光亚法兰克福展览有限公司总经理胡志顺介绍,本届展会吸引了全球29个国家及地区,超过2600家参展商,展览面积达220000平方米。“今年我们已经参加了香港展、广交会等多个专业展会,效果也都比较理想。作为行业发展的晴雨表,行业发展的新趋势都可以从光亚展上看出端倪,奥其斯将深度参与到行业讨论中,共推行业向前发展。”奥其斯副总经理罗嗣辉表示。

“过去LED照明产品一直是因价格高让普通消费者望而却步,但奥其斯却立志要做最亲民的LED品牌。”罗嗣辉强调,“奥其斯”的“工厂超市”模式以自动化、标准化、规划化实现精益生产,以扩大产能、规模化效应降低成本,以集中采购整合供应链,促使产品采购成本大幅降低。“工厂超市”模式的实施让我们奥其斯的市场竞争力更强了。”

奥其斯将品牌定位为老百姓用得起的LED品牌,这对于其来说是一种鞭策,鞭策他们加强技术研发,创新商业模式,提升产品的性价比。奥其斯希望以超高性价比产品引领LED行业变革,让LED灯具平民化,惠及更多的普通消费者。

(雷寒 胡延辉)