

“大开沙界”，商标合法不等于使用无界

■ 邓海建 媒体人

日前，在距侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆不远处，一家名为“大开沙界”的餐馆成为众矢之的——因为这个名字谐音为“大开杀戒”。南京市建邺区市场监督管理局调查后称，商标经国家商标局核准通过，使用合法；但该餐厅距纪念馆不远，又在国家公祭日前后，使用上确实“还不够规范”，他们已要求商家将中文字样遮挡或撤下。（12月17日澎湃新闻网）

但凡汉语言过了四六级的同学，估计都会对“大开沙界”四字展开常识性的联想。至于店家所言，这是“打开沙拉的新世界”之寓意——即便当真如此，搭车“大开杀戒”的小心机也是昭然若揭。不然，你为什么取名“大沙新界”、又或者“大拉

新世”？

当然，这也没什么好纠结的，更无可原罪。这年头，人家给娃都能取名“王者荣耀”“黄埔军校”，打成语擦边球的店招就更是多如牛毛，国家商标局都审核通过了，起码用起来也是合法合规的。在“大开沙界”事件上，我们当然不能太过敏感。这就像店家说的，“全国50家门店，我们还是第一次听到这样的反映。”这说明两点：第一，店开在这里，中文店招并非主观故意，因此，上纲上线就太过了；第二，商家心太大，缺乏起码的政治常识和市场认知，完全一副“无论魏晋不知有汉”的样子。

法理上说，《商标法》第十条规定，如果商标“有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的”，不得作为商标使用。《商标审查及审理标准》则对“社会主义道

德风尚”进行了界定，是指我国人们共同生活及其行为的准则、规范以及在一定时期内社会上流行的良好风气和习惯；而“不良影响”是指商标的文字、图形或者其他构成要素对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极的、负面的影响。抛开“大开沙界”谐音之“大开杀戒”中性与否不说，这样的商标，在特定的时间和特定的地点，已然对公序良俗产生了“消极的、负面的影响”。换个更直接的说法，“大开沙界”用在其他任何时空，也许无伤大雅；但煌煌然落在“正义必胜”等特定标语之下、且又距纪念馆尚不足千米——这样的商标，显然是有悖情理、有悖价值认知的。

这就带来一个新问题：合法商标，在使用的时候恐怕也不能“畅行无界”。

这个道理很简单：商标不是超然于抽象世界，它也面临“入乡随俗、出国问禁”的问题。因为一家店铺，总是存在于特定的文化社会之中，市场交易本身就是带有“道德情感”考量的社会行为。只是，就像律师说的，我国商标法或相关实施条例目前尚未对这种“本身没有问题，因客观环境变化导致使用过程中出现问题”的情况作出明确规定。这也导致“大开沙界”在使用中陷入“情商低于智商”的尴尬境地。

眼下来看，要做的无非两点：一是尊重法纪，无须对“大开沙界”有罪推定；二是调整立法，将合法商标的越界使用纳入整饬范畴。在立法与执法尚未厘清权责之前，尽量寻找一个平衡点，比如缩小中文标识等，既不伤害店家权益，又能兼顾公众心理。

食品添加剂何时不再乱添加

■ 廖海金 财经评论员

12月18日，江南大学食品安全风险治理研究院联合多家大学发布的中国食品安全状况研究报告指出，目前我国食品安全还存在6大主要风险，超范围、超限量使用食品添加剂问题最多，占抽检发现不合格样品的33.6%。（12月19日新浪新闻）

不可否认，食品生产经营者超范围、超限量使用食品添加剂甚至违规添加，是诱发食品安全风险的重要原因。近年来，不少食品安全事件的发生，大都与添加剂滥用有关。

应该说，食品添加剂本身并不是洪水猛兽，它是食品工业发展的象征。食品添加剂原本是为了改善食品品质和色、香、味以及为防腐、保鲜和加工工艺的需要而加入食品的人工合成或者天然物质。只要是在规定的使用量范围内，食品添加剂的使用是安全的。新《食品安全法》第四十条明确规定：“食品添加剂应当在技术上确有必要且经过风险评估证明安全可靠，方可列入允许使用的范围。”

客观地讲，目前公众之所以会对食品添加剂有如此之高的聚焦度，不外乎两个方面因素，一、即是将非法添加剂归入了食品添加剂的范围以及滥用添加剂。非法添加剂是指国家允许使用目录之外的添加剂；二、滥用添加剂指的是不按规定量使用国家允许使用的食品添加剂。吊白块、苏丹红、瘦肉精……都属于非法添加剂，并非食品添加剂。如果人们长期、过量食用国家允许使用的食品添加剂，也会损害健康。

滥用添加剂的原因是多方面的。应当承认，目前，大多数企业能够认识到滥用食品添加剂带来的风险隐患，但在是否应该规范标识食品添加剂方面，仍有企业认为没有必要，这反映出部分企业食品安全意识淡薄。其中规模小的企业超量使用食品添加剂的问题尤为突出。

检测方法、标准的缺失，也会导致添加剂滥用。如1995年苏丹红就被确定为致癌物，1996年我国才在食品添加剂卫生标准中明令禁止使用，但虽被禁却从未检测过。同样的教训继续在“三聚氰胺事件”中再次上演，直到出现问题，相关部门才开始着手查处。还有火锅中的“不明添加物”、餐饮服务环节能否使用食品添加剂、如何有效控制用量和范围等等问题，本该有统一、可行的标准或行业规范，但一直以来都未有明确的规定。《食品添加剂使用卫生标准》为保障公众健康设定的使用量和残留限量标准也都流于形式。这不仅造成监管困难，也为滥用添加剂埋下了隐患。

防范食品添加剂滥用需“对症下药”，而实施分类分级的精准监管即是良方。各级监管部门应通过对食品监督抽查数据的分析，确定本地区最具风险的食品添加剂种类；将对食品添加剂依赖程度高的地方特色食品以及企业规模较小、技术含量低且供应链一体化程度较差的食品企业作为监管重点。

与此同时，监管部门还应定期依据食品添加剂生产和使用企业的信用状况，动态调整企业信用与风险等级。对守信企业建立长效的激励机制，对警示企业建立预警机制，对失信企业建立惩罚机制，对严重失信企业建立惩罚与淘汰机制，尤其是对违规使用食品添加剂的行为露头就打，提高其违法违规成本。将经济制裁与行政处罚并用，社会媒体监督与市场信用机制相结合，多措并举综合整治食品企业添加剂滥用行为。

更为关键的是，企业还应建立健全食品检验检测体系，尤其是要加强食品企业添加剂检验检测能力，这是遏制食品添加剂滥用的基本保障。

不过，我们在下大力气切实加强食品添加剂生产经营和使用监督管理的同时，还应严格食品添加剂新品种的安全性审核、完善食品添加剂标准和食品添加剂监管的法规和制度、加强食品风险监测和监督抽查等。

共享单车公益诉讼首案值得期待

■ 魏文彪 编辑

共享单车要押金，万一运营公司倒闭了，押金就要“打水漂”？最近，多家共享单车企业倒闭，企业退押金一拖再拖，消费者投诉不断。这下，消委会放“狠招”了！记者刚刚从广东省消委会获悉，广东省消委会打响了共享单车公益诉讼全国第一案：小鸣单车将走上被告席。目前，广州市中级人民法院已受理此案件。（12月19日《信息时报》）

广东省消委会以小鸣单车经营管理方作为被告，向法院提起公益诉讼，除了提出判令被告立即停止拖延退还消费者押金的行为之外，还要求小鸣单车经营管理方对消费者押金实施专款专用、即租即押、即还即退、第三方监管等措施并向消费者完整披露、对新注册消费者采用免押金的方式提供服务，其目的不仅局限于解决押金退还问题，更是希望通过押金“专款专用”、“第三方监管”及“免押金服务”等诉讼请求的提出，以司法判决推动共享单车营销模式科学化、合理化。所以，此共享单车公益诉讼全国第一案，还具有促进共享单车行业规范有序、健康长远发展，以给消费者提供安全放心的消费体验和无忧的维权保障的重要意义。

当前，部分企业侵犯不特定消费者权益的现象，不仅仅是在共享单车消费领域存在，而是在诸多消费领域都一定程度上存在。而对于部分企业侵犯不特定消费者权益行为，各地消委会或消协主要是向消费者发出警示，发布相关调查报告以及进行调解等，而较少有消委会或消协对相关企业发起民事消费公益诉讼。人们期待广东省消委会起诉小鸣单车，打响共享单车消费民事公益诉讼全国第一案，能够发挥积极的示范作用，带动更多地方的消委会与消协积极行使法律赋予的提起民事公益诉讼的资格，经由坚决果断地对那些侵犯不特定消费者权益且不整改的企业提起公益诉讼，切实发挥公益诉讼的效用，令各领域广大消费者的消费权益，依法获得切实的维护与保障。

关停“水滴直播”并非剧终

■ 邓海建 媒体人

12月20日，360公司在水滴直播官网上发出声明称，由于内部业务调整，水滴直播自即日起停止运营，360智能摄像机将专注提供可靠的安防监控功能，继续为用户提供服务。公开信中表示，将直播与监控两种功能做在同一个硬件上，“使得大家容易被误导，这是我们需要反思的。”（12月20日《新京报》）

你在桥上风景，看风景的人在“水滴直播”里看你。一篇题为《一位92年女生致周鸿祎：别再盯着我们看了》的文章，把360旗下的“水滴直播”彻底推至舆论的台前。尽管周鸿祎辩称是因为触碰了传统厂商利益才导致“被黑”，只是，在这场博弈中，哪怕是天大的商战冤屈，恐怕亦难以洗白“水滴直播”的诸多违规嫌疑。

今日，“水滴直播”按下了自杀键，数据和网络或可弹指间灰飞烟灭，不过，这一轮喧嚣舆情中的核心追问，仍缺乏靠谱而负责的说法：第一，“水滴直播”是否不设防乱直播的行为？第二，擅自打开摄像头开通直播的究竟是直播平台还是无

良商家？第三，虐童事件后，陈菲菲指称能在“水滴直播”随便看到别人家的孩子，这与周鸿祎之前所说的“家长一人一个账号，直播内容只有家长可看”的说法不符。究竟孰真孰假？

有案可稽的是，今年4月左右，多家媒体报道“各地学校和老师利用水滴直播平台分享课堂画面”，涉及范围涵盖幼儿园至高中生多个阶段，直播场景多为教室。令人细思极恐的是类似下面这些留言：“这个班级我看了两个月，谁和谁熟悉，谁和谁谈不来，还有谈恋爱的，我都知道。”而据南方都市报消息，在“水滴直播”平台上，游泳池、盲人按摩馆、酒店大堂、内衣店也被人拿来直播。更令人咋舌的是，2016年5月11日，360攻防实验室还发布了中国首份《国内智能家庭摄像头安全状况评估报告》：对国内市场上销售的近百个品牌的家庭智能摄像头进行安全评估测试发现，近8成产品存在用户信息泄露、数据传输未加密、APP未安全加固等安全缺陷。

“水滴直播”乖巧地下架了，但监控类直播平台的监管该提上议事日程了。其实，无论360方面怎么辩解，未经当事人同意而自动直播，即便是商家主动打开直

播按钮，仍难逃情理法的质疑：一方面，《互联网直播服务管理规定》早就明确规定，直播平台对于直播内容负有“审查义务”，对于平台播出内容应承担第一道监管职责。换言之，幼儿园的监控若在“水滴直播”不设防泄露出去，平台方就是第一责任人。另一方面，今年6月1日实施的《网络安全法》亦强调网络运营者需要建立一套健全的用户信息保护制度，凡收集、储存、处理和转移个人信息，应明确与被收集者沟通，并在进行上述操作前得到被收集者同意。“水滴直播”的摄像头指向私人的时候，仅仅商家举手表态能算数吗？

如今，“水滴直播”不自觉地关停了。但这种行为究竟是赌气怕事还是临时之举，其实都语焉不详，也有因噎废食的嫌疑。在这个“农村小伙直播种地月入10万元”的年代，在“未来三五年直播行业规模很有可能超过电影市场”的年代，为其立下权责的规矩，给其划清法纪的边界，恐怕是要嘴皮子功夫之前的关键环节。总之，关停“水滴直播”并非剧终之举，法规跟上、监管跟上，直播行业与公民权益才不会沦为鱼和熊掌的关系。

戏画闲言

居民供暖：温暖过冬最要紧

■ 吴之如 文并画

《人民日报》报道，近日，国家发改委举行定时定主题新闻发布会，发言人孟玮表示，各级各部门要坚持从实际出发，居民供暖宜电则电、宜煤则煤、宜气则气、宜油则油，“煤改气”到位的要确保供气，“煤改电”“煤改气”没到位的允许使用煤炭取暖，有条件的尽可能做好洁净煤供应工作，“目前不具备条件的要尊重当地群众取暖习惯，以确保温暖过冬为第一原则。”

发改委关于“煤改气”没到位的允许使用煤炭取暖，以确保民众温暖过冬为第一原则的表态，显示了“坚持从实际出发，居民供暖宜电则电、宜煤则煤、宜气则气、宜油则油”的实事求是的思想作风，最终战胜了形式主义、官僚主义的庸俗作风，值得肯定。

众所周知，从保护生态环境的角度看，在能源消费上，使用天然气当然比使用煤炭更清洁，有条件使用天然气的，理当推广使用。但是，是否能够严令各地所有的居民和所有的单位冬天取暖都必须



使用天然气而禁烧煤炭，却是值得商榷的：这得看当地供气是否充足，管道设施是否完善，以及其他必要条件是否具备。盲目地下达只许烧气不准烧煤的“一刀切”指令，无疑并不符合实事求是的精神，很可能会让众多群众尤其是许多孩子在冬天里不得不忍受天寒地冻的严酷考验。何况，由于天然气与煤炭价格差别较大，一些落后地区的贫困居民对于冬天烧天然气取暖还会觉得经济能力难以承受。有

道是：温暖过冬最要紧，烧煤燃气皆可行；百姓冷热多关注，僵化思维宜叫停。有些公仆热衷于推行烧天然气而禁烧煤，初衷很好，只是不太顾及当地的实际情况，也不能排除少数官员过多地考虑个人政绩而忽略群众的困难。“煤改气”，符合环保大潮，值得努力实现，但总得根据情况逐步实行。许多工作，习惯性地采取“一刀切”的做法，未免过于轻率。

企业资产关键度的管理

■ 蒋坛军 资深管理顾问

企业对所拥有的资产，应科学地界定其关键度，并基于关键度来制定和采取精准的管理措施，以避免主次不分或眉毛胡子一把抓。在有一定规模或工艺复杂的企业，其资产类型与数目通常相对庞杂，尤需开展资产关键度管理。

依据国家标准 GB/T33172《资产管理综述、原则和术语》（即 ISO55000），“资产存在是为组织及其相关方提供价值”；“资产管理关注资产为组织提供的价值，而不仅是关注资产本身。价值（无论有形或无形、财务或非财务）将由组织及其相关方根据组织目标确定。”

由此可见，在实施资产关键度管理时，首先要识别何种类型的资产会对企业目标产生影响，且不宜只盯着生产设备资产而忽略其他资产。某企业对资产识别和分类如下：生产设备与配套的模治具、专利、商标、股票、行政设施（办公桌凳、电脑软硬件、空调、自来水系统、车队等）、土地、建筑等。应留意何为无形资产的知识产权（含产品专利）的重要性——约二十年前，我国 DVD 企业曾集体被国外企业构筑的专利

壁垒逼入死胡同，“一台出口 DVD 售价 32 美元，交给外国人的专利费 18 美元，成本 13 美元，中国企业只赚 1 美元利润。”（2016-05-27 上海证券报·蔡恩泽·《中国企业专利诉讼》）。虽今日我国企业的知识产权意识大有提高，但官司与败诉仍屡见不鲜，例如：“88%的（知识产权）案件是判令国有企业承担民事责任。”（2013-5-27 中国青年报·周凯《涉案国企知识产权败诉率较高》）

识别资产的价值维度。ISO55000 对“关键资产”如此定义：“可能对实现组织目标产生重大影响的资产”，且说明如下：“资产可能是对安全、环境或绩效起关键作用的，也可能与法律法规要求有关”；或“关键资产可指为关键客户提供服务所需的资产”。换言之，企业在识别资产的价值维度时，应从安全、环境、绩效、法规符合性、客户诉求等处着手。应当注意，价值维度之间可能存在相互交集，例如：法规符合性可包含安全、环境等；绩效直接

关乎质量与效率，客户诉求也直接关乎质量与效率。

基于企业目标所需的价值维度，为有形、无形资产分别设定关键度评价准则。若评价准则涉及到相关的法规，例如国务院《生产安全事故报告和调查处理条例》《突发环境事件分级标准》，可直接采用法规要求、或严于法规要求。本文以设备资产的关键度评价准则为例，设计了如图所示的借鉴模板（参考文献：洪孝安，杨申仲《设备管理与维修工作手册》）。资产关键度可分为 A、B、C、D 四个等级：20 分以下为 D 级；20-40 分为 C 级；40 分以上 -80 分为 B 级；80 分以上为 A 级。应当特别注意，在实施资产关键度评价时，不宜只评价现有的资产，也应评价现无但实际却需要的资产。例如：某主打产品需申请专利但现未申请，则应对该专利进行关键度评价，以进一步准确地识别其对企业目标的影响程度。

依据资产关键度评价的结果，应对各

类资产全生命周期的各个环节，具体地策划有针对性的管理措施，并纳入“资产管理计划（AMP, asset management plan）”，以令资产为企业目标的达成作出所相称的价值贡献。例如：某主打产品没有专利，但关键度评价结果显示可能会导致被诉、败诉和禁售，则应考虑依法为该产品获取专利。再例如：若设备资产的突发故障会导致爆炸、人员伤亡、财产与商誉损失时，则应当策划维修预防、预知性或预防性维修策略，以及必要的应急响应预案。值得注意的是，即便是同类型且同型号的资产，但服役年数、劣化程度、使用工况、使用对象或目的等因素有明显差异时，则需对该类资产逐个（台）进行评价、区分等级，以便为其各自策划和实施精准的管理措施。

资产关键度的管理旨在强调“牵牛要牵牛鼻子”，但当然不是说关键度不高的资产就完全不需要管理了。而且，因为是为设定和执行资产关键度评价准则，所以可能会出现不同程度的主观性，故不宜只由资产部门进行该项工作。可召集价值维度所涉及的部门 / 相关方成立跨职能的小组，集思广益，可较好地减少主观性。另，因企业所处的环境是动态的，所以企业目标

也可能是动态的，继而资产关键度的管理也需随之予以恰当地调整，如此方可令资产关键度管理始终紧扣企业目标，并为实现目标作出相称的价值贡献，取得理想的资产投入产出比。

序号	价值维度	分数	判定准则
1	安全	15	人员死亡；或经济损失 50 万元以上
		10	人员重伤；或经济损失 10 万元到 50 万元以下
		5	人员轻伤；或经济损失 10 万元以下
2	故障停机/次（含生产损失、能耗、维修成本等损失）	15	不存在安全风险可能性
		10	经济损失 50 万元以上
		5	经济损失 10 万元到 50 万元以下
3	产品质量/次	15	没有经济损失
		10	会导致严重投诉，或损失金额超过 50 万元
		5	有影响但不导致客诉，且损失不会超过 10 万元
4	维修频次	10	对产品品质没有影响
		8	平均每周一次
		6	平均每月一次
5	维修周期	4	平均每季度一次
		2	平均半年一次
		10	修复需要超过八小时
6	备件	8	备件采购周期在一月之内
		7	备件采购周期在二个月之内
		5	备件采购周期在一周之内
7	环境	15	特别重大突发环境事件
		10	重大突发环境事件
		5	一般突发环境事件
8	设备采购价格	5	没有污染环境的可能性
		10	超过 80 万元
		8	80 万元
		2	20 万元之内