

■今日观点

战“疫”时期恶意抢注等于挑战法律

□张淳艺

眼下，疫情防控工作进入关键时期，恶意抢注商标行为，无异于挑战法律底线，浪费公共资源，给战“疫”大局添堵添乱。对此，有关部门在依法驳回的同时，更要加大处罚力度，提高违法成本，切实以儆效尤。

3月4日，记者从国家知识产权局获悉，疫情防控期间，该局高度重视与疫情相关的非正常商标注册问题。对于首批63件进入实质审查阶段的与疫情相关的“火神山”“雷神山”“钟南

山”等恶意商标注册申请，已依法作出驳回决定。（3月4日《澎湃新闻》）

在这场抗击新冠肺炎的全民战“疫”中，医务人员在争分夺秒抢救生命，志愿者们在夜以继日抢运物资，而一些别有用心者却在浑水摸鱼抢注商标。截至目前，国家知识产权局商标审查部门已对1500余件与此次新冠肺炎疫情相关的商标注册申请实施管控。除了首批驳回的63件恶意商标注册申请，类似非正常商标注册申请在进入实质审查阶段后，也将依法予以驳回。

历史总是惊人的相似。17年前，还在全国人民全力抗击“非典”的时候，就有不少企业开始

申请注册“非典”商标。到后来，先后有57件含“非典”字样的商标被申请注册，但无一注册成功。这次，那些跳梁小丑的“小算盘”依旧难以得逞。

我国《商标法》明确规定，有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的标志不得作为商标使用。正如国家知识产权局官微所言，火神山医院、雷神山医院是武汉抗击疫情前线医院名称，是疫情防控期间全社会舆论关注焦点，是全国人民团结一心、抗击疫情的重要标志之一。其他申请人将其作为商标注册，易造成重大社会不良影响。同样，作为备受尊重的疫情“吹哨人”、在抗疫一线殉职的医生，

“李文亮”的名字被抢注商标，也违反公序良俗原则，不仅伤害家属感情，公众也难以接受。

早在2月7日，国家知识产权局就下发了《疫情防控相关商标审查指导意见》，明确与疫情相关人员姓名、含疫情病毒名或疾病名的相关标志、疫情相关药品标志、防护产品相关标志及其他疫情相关标志等商标的审查指导意见，依法从严从快打击与疫情相关的非正常商标注册申请行为。此次，依法驳回“火神山”等63件恶意商标注册申请，相当于对恶意抢注行为列出了“负面清单”，既有利于进一步规范疫情期间的商标注册申请，也能够对于非正常商标注册申请起到有

力震慑。

根据去年12月1日起施行的《规范商标申请注册行为若干规定》，对恶意申请商标注册的申请人，可由申请人所在地或者违法行为发生地县级以上市场监督管理部门根据情节给予警告、罚款等行政处罚。对违反规定的商标代理机构，可责令限期改正，给予警告、罚款，直至停止受理其商标代理业务。眼下，疫情防控工作进入关键时期，恶意抢注商标行为，无异于挑战法律底线，浪费公共资源，给战“疫”大局添堵添乱。对此，有关部门在依法驳回的同时，更要加大处罚力度，提高违法成本，切实以儆效尤。

■每日图评

“一米线”是文明线更是安全线

针对部分市民反映有餐厅没有严格落实进门测体温、等候排队“一米线”的要求，还有肩并肩、人挤人的情况，3日北京市政府副秘书长陈蓓表示，如餐饮企业拒不整改、屡次检查屡出问题，将由行业主管部门依法依规严肃处理。（3月4日《北京晚报》）

公共场所的“一米线”，在疫情防控的非常时期，不但是文明线，健康线，同时也是安全线，乃至是生命线。人与人之间隔开一米，并不会耽误我们排队、购物、就餐，但是却可以最大限度地保障我们的安全。我们没有理由不给予理解与配合。

从行业主管部门监管的角度来看，应该明确餐饮企业或其他一些企业商家对落实“一米线”的主体责任，要求他们做好宣传、倡导的工作，并且安排工作人员维持好现场的秩序，就像现在绝大多数的公共场所都明确要求不戴口罩不准入内一样。对于拒不整改、明知故犯的企业商家，则要采取必要的惩戒举措。

而站在公众的角度，为了自己和他人的身体健康，也应该无条件地配合落实“一米线”原则。当你觉得这是小题大做的时候应该想想，如果你真的因为疏忽大意而被传染上病毒，那么不



但你将面临失去健康乃至生命的危险，而且你的家人也会被置于危险当中。

不管怎么说，现在还不到我们放松警惕，马虎大意的时候。一种新的文明习惯的建立，也许需要经历一些不适应，但是只要

我们形成了这种文明习惯，就可以让我们受益终身。即便疫情结束了，我们在公共场所排队的时候能够保持一定的距离，改变以前前胸贴后背的方式，也是很有必要的。

□苑广阔

■网评锐语

摘下口罩随地吐痰 实在太不应该！

前溪：在一些公共场所，因随地吐痰而出现的痕迹犹如伤疤，严重影响城市环境与市民健康。3月2日，北京市发出“争做文明健康好市民倡议书”，其中“不随地吐痰”被视为讲卫生的“文明范儿”之一，也是文明健康的生活方式。随地吐痰一向被认为是文明行为之一，而在当前抗击疫情之中，摘下口罩随地吐痰更显缺德。不文明行为习惯不需要疫情来提醒，无论是现在还是将来，我们都要做到文明，摘下口罩随地吐痰太可恶。

“建议休息通知书”是对一线抗疫人员的关爱

周家和：近日，福建省莆田市仙游县度尾镇综治办干部李阳春收到一封来自度尾镇党委出具的《建议休息通知书》，要求她立即放下停止工作，回家看看，休息一天，休息后继续投入战斗。《建议休息通知书》体现的是人性化关爱。让连续工作了31天的李阳春回家休息一天，看看孩子，很有必要，的确让人很暖心。从防疫角度讲，一线防疫人员休息好了，才能更有精力投入战“疫”。

■世象漫说



■有感而发

职校学生“顶岗助企”是生动的社会实习课

为帮助浙江企业解决复工复产难题，杭州第一技师学院开展问卷调查，听取企业意见，详细了解企业复工复产期间用工保障、人才招引、技能培训等情况，精准掌握企业的实际需求。在了解企业需求后，学校在做好健康监测、选择14天内未离开杭州且无流行病学史师生的前提下，第一时间组建了“顶岗助企”队伍，支援企业生产。同时，充分发挥专业优势，向企业提供政策宣讲、线上技能培训、设备维修等服务，助力企业稳岗保产。据统计，截至3月2

日，杭州第一技师学院共有257名学生参与复工，助力复工复产企业175家。（3月5日《浙江工人日报》）

时下，许多企业虽然已经复工复产，但由于劳动力不足，特别是技能人才的缺乏，对复工复产的进度和企业的产能带来了一定的影响，笔者以为，职业院校与企业紧密相连，如果充分发挥职业院校的作用，用好职校学生这支“生力军”，鼓励引导学生走进企业，到最需要的岗位去，及时为企业补充急需的“新鲜血液”，不仅可以缓解一些企业复

互认

越来越多的地方开始推动健康码互认：长三角、京津冀等已经宣布将推进区域内健康码互认，浙江与河南、山东与贵州等省份也开展了健康码的跨省互认。已经上线试运行的国家政务服务平台则推出了防疫健康信息码，并将逐步与广东、上海等地的健康码对接。这表明全国“一盘棋”、协同治理正逐步推进。（3月4日 新华网）

□朱慧卿

工复产后缺乏技能人才的燃眉之急，有效地助力经济的发展，而且也让学生们在困难和逆境中历练成长，既可丰富他们的人生阅历，又为学生留下一段珍贵记忆，增强了他们的社会责任感。

在这一非常时期，学生们通过入企助力的亲身经历，在锻炼提高自身专业能力的同时，也增强了他们的获得感、成就感和幸福感。“顶岗助企”成为了学生生动形象、终生难忘的社会实习课。这样的做法值得点赞和借鉴！

□费伟华

■有话直说

“宅经济”的发展 有望推动消费转型升级

新冠肺炎疫情防控改变了人们的生活习惯，少出门、不聚集、少接触、防感染，至少在一段时间里成为许多人的生活方式。居家状态下，生活必需的油盐酱醋、水果蔬菜、米面油、肉蛋奶怎么买？网购、快递、社区团购、中央厨房+配送……多种操作和新业态迅速登场。由于它们既能够满足消费需求，又符合少出门、少接触的防疫要求，连许多以往根本不“触网”的老年人都欣然接受了。有人预言，防疫催生了新商机，“宅经济”的发展有望推动消费转型升级。

“宅经济”不是新鲜事物，但此前并非消费主流。防疫推动了线上消费的扩大，使得“宅经济”迅速升温，由此带来商机。那么，疫情过后，围绕适应宅生活的消费形态，是不是可以大力推广网上购物，进而发展线上教育、数字娱乐、网络诊疗等在线服务，以满足消费者的多元消费需求呢？应该说完全可能。重要的是善于抓住商机。

“宅经济”由消费者通过约定方式、指定地点，接受配送、速递服务，免去了跑市场、拥挤、排队、挑选等程序，节省时间、精力，而且顺心如意，因而受到消费者欢迎，这是它之所以成为新商机的前提。新业态“中央厨房+配送”的经营模式，不仅在原料采购、开发产品、加工配送上实现统一，让消费者放心，还能够提供特色、订制服务，这是它满足多元化消费需求的优势。而由于防控需要封闭带来的社区团购走红，也给“电商+超市+社区”消费方式提供了发展空间，有利于促进直购、分销、拼团等群体营销模式逐步走向成熟。

需要特别提醒商家的是，“宅经济”犹如“隔山买牛”，商品质量、价格必须保证“童叟无欺”。如果为抢商机而投机，丧失商业信誉，商机也可能变危机。

□一刀（资深媒体人）