

# 莫让“中医石油”诓了消费者

古籍中确有“中医”一词，但无论怎么看，“中医石油”之于中国石油，与“康师傅”之于康师傅，都有异曲同工之当妙。仅凭“中医石油”易使消费者产生混淆这一点，就已涉嫌商标侵权。



□何勇海

近日，一段“河南现‘中医石油’，有车主不敢加油”的视频在网上热传。视频拍摄于河南三门峡，有一个名为“中医石油”的加油站，其名字和标志被指与“中国石油”非常相似，易产生混淆。（11月1日《北京青年报》）

面对“中医石油”仿名中国石油的质疑，中医石油相关人士称，他们并非山寨中国石油，而是名字取自于中国传统文化。笔者百度了一下，先秦史籍《逸周书·大匡》有言：“大匡封，外用和大；中医用均，劳故礼新；

小匡用惠，施舍静众。”“中医”一词是指中等的治绩。古籍中确有“中医”一词，但无论怎么看，“中医石油”之于中国石油，与“康师傅”之于康师傅，都有异曲同工之当妙。

众所周知，“中国石油”已被注册成商标。商标一旦获得注册，就要受到法律保护。根据商标法，后来的经营者申请注册的商标，应当有显著特征，便于识别，并不得与人在先取得的合法权利相冲突；未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的，属侵犯注册商标专用权。

然而与“中国石油”相比较，“中医石油”不但没有显著特征，反而有故意误导消费者之嫌。不少车主反映，“匡”字仅比“国”字少了一个笔划，“中医石油”很容易让他们误以为是中国石油，如果不仔细查看根本发现不了，而且大家在开车过程中寻找加油站，也

不可能细看，一般都是远远看到就直接开进去。仅凭“中医石油”易使消费者产生混淆这一点，就已涉嫌商标侵权。

当然，与以往商标侵权案不同的是，据报道，“中医石油”注册于2013年10月21日，注册地址位于福建省莆田市，经营范围包括柴油、汽油、润滑油、煤油批发、加油站管理等。可见，中国石油这个“孪生兄弟”并不是假冒货，但正如一位法律人士所说，通过商标注册把自己打扮成著名商标的“孪生兄弟”，实际上仍是不正当使用注册商标，商标管理部门可以撤销该注册商标，以倒逼“中医石油”与中国石油区别开来。

实际上，刻意模仿“两桶油”的加油站何其多哉？除了看起来合法的“中医石油”，还有“中国石油”“中国石化”等。另外，也有一些并没有通过注册的“黑加油站”。对这些乱象，必须出重拳治理，以规范成品油市场经营秩序，不能让它们“诓”了消费者。

## 自动驾驶出租车试运营应“试”什么



□丰收

11月1日上午，广州公交集团白云公司举行自动驾驶出租车发布仪式，宣布创新推出全国第一辆自动驾驶出租车，并于当天开始在大学城投入试运营。这辆自动驾驶出租车运价和传统出租车相同，市民只需要通过APP或小程序下单，就能体验了。（11月1日《羊城晚报》）

近年来，自动驾驶汽车距离老百姓的生活越来越近。而今，作为准公共交通工具的出租车也开始尝试自动驾驶了。对出租车行业而言，自动驾驶技术未来有望改变行业生态，比如拒载、绕道等乱象有望减少。对乘客来说，乘坐自动驾驶出租车出行也会有不一样的体验，让人感受到智能技术的魅力。

当然，自动驾驶出租车最终能否大范围推广，首先取决于试运营效果怎么样；其次，取决于法律法规的完善。所以，试运营将在很大程度上决定自动驾驶出租车的命运。笔者以为，自动驾驶出租车的试运营应该“试”出三种效果，以便为下一步决策提供相关依据。

其一，应“试”出安全效果。对于自动驾驶技术，公众关注的也是舆论讨论最多的问题是其安全性能。既要确保出租车上乘客生命财产安全，也有确保其他车辆、行人安全。其二，应“试”出交通秩序。是否会影响交通秩序，目前存在不同说法。比如有专家认为，驾驶员是有自己的观察分析判断的能力的，而机器人不会观察分析路人的表情及思想动态，一遇到情况就紧急制动，可能使路面情况更加复杂。其三，应“试”出市民需求。有需求才会有市场，如果参与体验的市民越多，反映越好，今后推广就越有底气。

鉴于自动驾驶出租车是一种准公共交通工具，有公共服务属性，希望有关方面多从公众、公共的角度观察其试运营的真实效果，并把真实的试点效果及时、完整地向社会公开。

## 巷议

### 凭罚单吃饭打折 别拿违法当创意

近日，微博上有一则消息说，云南昆明有一家餐厅只需拿着交警开出的罚单，就可以打折，记3分打7折，记6分打5折。有客人结账时提供了一张记三分的罚单，结果真的享受了打折优惠。餐厅负责人表示，“微博上发布的消息的确属实，此举属于开业促销活动。”（11月1日人民网）

司机凭罚单吃饭打折，扣分越多折扣越大，这样的“另类促销”还是头一次见到。法治社会，讲求的是“守法光荣、违法可耻”。诚然，商家有经营自主权，可以自由开展优惠活动，但行使经营自主权也要在法律范围内行使。

“凭罚单吃饭打折”违背了社会良好风尚，也不符合精神文明建设要求，这就涉嫌违反《广告法》和《民法通则》中的相关规定。商家不能拿违法当创意，有关部门应当予以叫停。

张涛

### 家长掌掴老师被拘 “学闹”理应严惩

10月31日，四川省巴中市公安局巴州区分局官方微博发布案情通报称，因一位老师正在上课未能及时接听学生家长电话，遭对方掌掴。家长已被行政拘留5日。（11月1日中新网）

“医闹”近年来成为社会热点，国家有关部门三令五申，严打“医闹”行为。而家长不能正确对待老师，殴打教师，破坏学校正常教学秩序，不妨称之为“学闹”。如果说“医闹”伤害的是医护人员和医疗事业，那么“学闹”伤害的就是教师群体和教育事业，其恶劣影响不亚于“医闹”。近年来，随着对“医闹”行为打击力度越来越大，“医闹”现象越来越少了，但是对于“学闹”问题，还没有引起足够关注。有些人依然缺乏对教师群体，对教育事业的尊重与敬畏，希望相关部门予以高度重视。

天歌

■观察家

## 景区主动“退A”是一股清流

□毛建国

近日，一则关于苏州西园寺主动申请退出国家4A级景区的消息走红网络。据了解，西园寺于今年6月向上级部门提出退出4A级景区申请，当月已完成“摘牌”。西园寺相关负责人表示，这几年来到寺庙的多为当地香客。未来，西园寺将考虑免费向游客开放。（11月1日中新网）

网友把西园寺主动“退A”称为是景区界的一股清流。在现实中，人们听到了太多“争A”“保A”故事。即便有的景区“退A”，也是因为工作做得不好而被摘牌，像西园寺这样主动“退A”的，似乎没听说过。

对于大量景区来说，“争A”“保A”是有意义的，涉及到面子和里子问题。在面子上，可以提升地区影响力和竞争力，提升政绩。就里子而言，有“A”的牌子，能吸引到更多游客，创造更多真金白银。市场上已经形成了

以“A”区分景区的倾向，就跟大学分“985”“211”一样，涉及到资源分配的大事。

可是，不同景区定位不同，明明多元化的景区却只有一种价值取向，显然是一个问题。比如，有些景区并不在乎门庭冷落，反而害怕车水马龙。这时候，A级景区的牌子，不仅没用，反而会影响和阻碍目标的实现。西园寺就属于这一种。这座古刹创建于元代至元年，始名归元寺，有着七百年历史。西园寺主动“退A”是深思熟虑的结果，符合其定位和追求。

不同景区有不同情况，也有不同追求，不能一概而论。其关键就在于，景区必须明确自己的定位是什么，追求的是什么。随着市场的发展，旅游需求也日益呈现出多样化的倾向，景区应该明白自己到底应该做加法还是做减法。因为实际不同、定位不同，也不必因为西园寺主动“退A”而对其他“争A”的景区冷嘲热讽，那就犯下了简单化和绝对化的错误。



本报地址  
青岛市南京路110号

邮编  
266071

传真(0532)  
80889000

半岛一号通  
96663

报纸广告(0532)  
80889888

半岛互动平台



“半岛+”客户端



半岛都市报官方微信  
bandaobao



半岛都市报官方微博  
weibo.com/bdnews



半岛V视小程序



老街角



半岛小螺号配送  
xiaoluohaopeisong