

店内灯光直射居民家 店外喧哗声达75分贝

安福路这家酒吧吵得周边居民无法入睡

十几张餐桌,超量外摆,凌晨时分还有阵阵喧哗声,真是“午夜惊魂”。对于安福路乌鲁木齐中路附近的居民来说,马路对面的酒吧已将他们的生活搅成了一锅粥。“太吵了!这样的日子什么时候能到头?”近日,安福路上的多位居民向新民晚报反映,酒吧门口有露台,摆放了十几张餐桌,数量之多远不符合徐汇区制定的外摆位管理办法。居民们希望,当地商务委、街道、市场和城管中队能加强联合管理,督促商家及时整改,尽早还周边居民一个舒适、宁静的居住环境。

凌晨2点后才清静

居民章先生说,复工复市后,安福路158号的Alimentari酒吧重新

开张,还设置了外摆位供客人露天饮酒、吃饭。一条马路之隔,10米之外即是徐汇区现存不多的无独立煤卫二级以下旧里,老房子沿街,为砖木结构。据了解,这家店早在2000年前后就有外摆位,因当时只有两三桌,所以对居民影响不大。“每天晚上很多人坐在外面,聊天声不断,还有醉酒后的高声喧哗,一直持续到凌晨2点。”章先生抱怨道,“房子门窗都在安福路上,隔音条件差,根本吵得睡不着。”

另一位居民陈女士也向记者诉苦,只要不下雨,每晚和周末白天,附近居民都饱受噪声困扰。门窗紧闭也不起作用,为了入睡,居民们几乎天天戴耳塞休息。陈女士说,天气再闷热,她都不敢轻易开窗通风,因

为一开窗就是满街的哄笑声。在家中门窗全部关紧的情况下,她曾用手机里的APP测量室外噪声分贝,工作日夜晚常年维持在65分贝,而到了双休日夜晚,更是直达75分贝以上。居民还反映,由于酒吧外部是落地玻璃墙,里面的灯光会透过玻璃照射进居民家,导致即使拉着遮光窗帘,屋里依旧亮堂堂,令人苦不堪言。

收摊后还有喧哗

记者在现场看到,这家酒吧也是一个小型超市,店内货品琳琅满目,既销售各种进口食品和酒类,也出售现场烹制的西式早餐等。一楼室内共有4张餐桌。店内一角还公示了营业执照、食品经营许可证

和酒类商品零售许可证,经营者名称显示为“飞蛋商贸(上海)有限公司安福路店”,类型为台港澳法人独资。

再看室外。在门口的露台处,店家摆放了约15张餐桌,未占据人行道摆位。值得注意的是,店面玻璃墙上写明了营业时间为早8点到晚12点,以及门口露台在晚上10点关闭。但附近居民表示店家不太“自觉”。章先生说,每天要磨蹭到11点左右,外摆位才开始收摊。但客人们依旧站在门口喝酒喧哗,一直要闹到凌晨才肯罢休。

外摆位严重“超量”

2019年下半年,继上海市商务委等九部门发布《关于本市推动夜

间经济发展的指导意见》后,徐汇区商务委也进一步明确了区级管理办法,首创外摆位管理模式。徐汇区提出,“外摆就餐区域的餐位数量不得超过本店实际现有餐位数量的30%”。

记者就此询问了安福路158号酒吧经理。对方回答,店内共有两层,室内一共有15张餐桌。面对“外摆位严重超量”的问题,店经理显得支支吾吾,表示后续会与酒吧老板做沟通。

记者又联系到当地街道和徐汇区商务委。属地湖南路街道工作人员称,街道科室没有执法权,无法约束安福路酒吧的违规行为,应由区商务委牵头解决。徐汇区商务委商务科工作人员回复记者,坚决反对该酒吧违规的外摆行为,但商务委并非执法部门,他建议由属地街道、市场和城管部门协调管理。最后,该工作人员强调,现在徐汇区商务委对夜经济总体持审慎包容、支持发展的态度,允许精细化、有规范的“外摆位”经营。安福路一带夜经济以徐汇衡复风貌区为土壤发展,只有在街区承载能力内健康成长,才能真正打造环境友好、安全放心、繁荣有序的夜间消费市场环境。

本报记者 夏韵 实习生 赵舒萌

本报讯(首席记者 宋宁华)都是中华老字号,“南翔小笼”告“南翔小笼”,孰真孰假,孰是孰非?昨天下午,社会关注的“南翔小笼”商标侵权案在上海浦东法院公开开庭。

老商标惹新官司

南翔小笼,是不少“吃货”的心头好,无论是城隍庙,还是嘉定,都打出“南翔小笼”牌。但没想到,这个消费者耳熟能详的老牌子,却惹出了一场新官司。

近日,上海市浦东新区人民法院受理了原告上海老城隍庙餐饮(集团)有限公司(以下简称“老城隍庙公司”)、上海豫园南翔馒头店有限公司(以下简称“南翔馒头公司”)诉被告上海南翔食品股份有限公司(以下简称“南翔食品公司”)、上海南翔餐饮管理有限公司(以下简称“南翔餐饮公司”)、上海市浦东新区北蔡镇润泽小笼店(以下简称“润泽小笼店”)商标侵权及不正当竞争纠纷案。

原告诉称,老城隍庙公司是第772405号“南翔”商标权利人,该商标注册日期为1994年11月21日,核定使用于第42类“餐馆”。“南翔”商标获得“中华老字号”、上海市“非物质文化遗产”“上海市著名商标”等荣誉。原告老城隍庙公司是原告南翔馒头公司的唯一股东。2019年,双方签订《商标使用合同》,老城隍庙公司将涉案商标许可给南翔馒头公司使用。

但原告发现,2014年9月23日,被告南翔食品公司成立了被告南翔餐饮公司。两被告通过直营和加盟方式在上海市区开设和授权开设南翔餐馆,被告润泽小笼店是其中一家加盟店,这些门店均以“南翔”作为餐厅名称,并在招牌、店内装潢、海报、菜单、餐具等处使用“南翔”字样,原告认为被告的上述使用行为已构成对原告“南翔”商标权的侵害。

为此,原告起诉到浦东法院,希望法院判令被告停止商标侵权及不正当竞争行为、登报消除影响,并连带赔偿原告经济损失及合理费用

300万元。

到底谁攀附了谁

“我们不存在攀附原告的情况,即使攀附,也是原告攀附我们,不是我们攀附对方。”在法庭上,被告南翔食品公司、南翔餐饮公司如是说。他们辩称,南翔食品公司是第260205号“南翔”商标的权利人,该商标注册日期为1986年8月20日,核定使用于第30类“小笼包、云吞”等商品上,该商标于2011年被评为“中华老字号”。南翔食品公司还表示,后来还在水饺、年糕等商品上注册了系列“南翔”商标,南翔食品公司授权南翔餐饮公司使用上述商标。为此,其对“南翔”享有企业字号权,宣传内容真实,并不构成虚假宣传,请求法院驳回原告的诉请。

三大争议焦点

庭审中,原被告双方围绕被诉侵权商标是否构成不正当竞争;商标是否构成相同或近似、是否会导致消费者混淆;如果侵权事实存在,如何赔偿等三大争议焦点展开辩论。

原告认为,南翔馒头店是城隍庙的标志性餐饮店,被告恶意攀附,从众多消费者的点评说明,已造成混淆。尽管原告和被告的“南翔”商标字体不同,但并不造成实质性变化,仍然是对原告商标造成侵害,构成虚假宣传。

两被告认为,“南翔”的注册商标含有地名,根据商标法相关规定,无权禁止他人正当使用。“南翔”作为企业字号使用,有权自己使用,并授权其它加盟企业使用。此外,被告拿出相关史料,认为自己是嫡系传人,不存在商标侵权的事实。

记者另外了解到,在本案审理同时,被告南翔食品公司以不正当竞争为案由向杨浦法院起诉,诉称老城隍庙公司、南翔馒头公司等侵害其“南翔”企业字号及商品名称,该案也在审理阶段。

庭审结束时,法官宣布将择日宣判此案。

「南翔小笼」告「南翔小笼」

浦东法院公开审理南翔小笼商标侵权案



捐书助学

以“点亮益颗心,温暖在外滩”为主题的黄浦区2020年“中华慈善日”暨第十届公益伙伴日活动昨天举行,本次活动由区民政局和外滩街道办事处联合举办。

为助力脱贫攻坚,外滩的爱心助学精准传递到对口帮扶的云南孟连贫困地区,社区爱心企业募集了图书500册,社区居民们也纷纷捐出家中的闲置书籍,圆梦“千里助学,温暖孟连”的美好愿望。

杨建正 摄影报道

冻品倒出一包水 虾仁缩水近一半

沪消保委发布线上生鲜平台消费体验报告

线上生鲜平台,已成为消费者买菜的重要渠道之一。调查显示,有88.3%的消费者有线上买菜的经历,其中有27.7%主要通过线上买菜。那么,各家线上生鲜平台买菜的消费体验如何?今年6至8月,上海市消保委针对16家有代表性的线上生鲜平台,设计了38个场景,围绕运营能力、品控能力、客服能力三方面进行了消费体验。

昨天,市消保委发布评价报告。叮咚买菜、盒马、每日优鲜、淘鲜达、美团买菜等5家排名最高,均超过80分。食行生鲜、两鲜、京东到家、饿了么、本来生活、苏宁生鲜、美菜等7家平台则低于70分。部分平台的冷冻商品化水率、物流损耗、实际重量和规格等不如人意。

消保委表示,在运营能力方面,叮咚买菜、每日优鲜、美团买菜、京东到家、盒马等平台较强。在品控方面,每日优鲜、淘鲜达、盒马、本来生活、食行生鲜等平台较优秀。在客服能力方面,叮咚买菜、盒马、淘鲜达、百联到家(i百联)等

平台较突出。

记者注意到,在三个维度中,品控最受消费者关注。体验中,品控能力较好的前五名为每日优鲜、淘鲜达、盒马、本来生活、食行生鲜,但各平台的品控管控仍有不少问题。比如,购买冰冻虾仁后,百联到家的冻品化水率达到了25.3%,美菜的化水率达到45.3%,而京东到家的冷冻产品送到时,已经基本无冰、接近常温,视频中包装袋里倒出了一袋水。

在重量和规格方面,清美鲜到、美菜商城的重量相符度较低,清美的实际净含量和标示净含量相差53%,美菜相差47.66%。美菜商城标示红虾仁规格每袋500g,1袋55个左右,每个虾仁约9g,但实际规格1袋仅261.7g,一袋46个,每个虾仁约5.6g。

在保质期方面,盒马的鸡蛋保质期标示30天,送到消费者手上时保质期还剩28天,但苏宁生鲜、饿了么、京东到家、百联到家的鸡蛋均未标注保质期。永辉生活的货

品,送达时更是已过可生食期限。

对于评判标准,上海市消保委副秘书长唐健盛进行了解读。“进入新零售时代,竞争的核心是‘顾客体验’。唐健盛说,“针对顾客重视的保质期,我们希望平台能在标注保质期之外,还能增加‘到手保质期承诺’。”市消保委认为,线上生鲜平台要提高精细化水平。比如加强实物拍摄管理,提供以500克为单位的明示标价,细化规格标注,提供APP页面可修改配送时间入口等。同时,平台应建立抽查机制,复核机制和问责机制,比如加强对门店(前置仓)的问责管理。另外,客服能力影响着消费者对平台的整体印象,平台客服要以消费者满意为核心,打造“聪明”智慧客服。

本报记者 金旻旻

上海夕阳红口腔门诊部

电话: 62490819 62498957

地址: 上海市静安区北京西路1701号204室

沪医广2019第10-17-0426号 医广证有效期: 2019年10月17日至2020年10月16日止