美國客戶名單侵權案與商業訴訟（二）

二、他人正當獲取客戶名單的難易程度

商業秘密必須是不易通過正當手段或途徑取得的信息，易於取得的信息不允許獨佔使用，即不能構成商業秘密。之所以有如此要求，是因爲易於取得的信息一般爲公衆信息，而且取得這樣的信息並不需要付出勞動或努力，法律對之沒有進行特殊保護的必要。這樣，“他人正當獲取客戶名單的難易程度”就成爲判斷客戶名單商業秘密屬性時所要考慮的又一因素，也是最重要的因素之一。筆者在此評析正反兩個案例。

先 看 Dunsmore & Associates, Ltd.v. Dominick A.D’ Alssio 案。原告Dunsmore & Associates, Ltd.是康涅狀格州的一家公司，主要業務爲物色市場研究人員，將他們推薦給全美最大的消費品公司（客戶），從中收取中介費用。中介費用由客戶支付，一般爲招錄人員頭一年年收入的 30%。該公司於 1981 年 8 月由敦斯摩爾(Joseph Dunsmore)建立，敦斯摩爾現爲公司總裁。隨後數月內，敦斯摩爾雇傭了被告阿勒斯歐(Dominick A. D’ Alessio)，與自己一起從事物色市場研究人員的工作。其時，被告沒有任何工作經驗。1993 年 3 月，敦斯摩爾又雇傭了胡弗（John Hoover）。此後公司就一直由這三人組成，且只有一間辦公室。公司剛設立時只有幾家客戶，掌握的備選研究人員也不夠多。經過一段時間，原告與許多大公司的市場研究部門的關係得到發展，並開發出了由幾千個市場研究人員組成的眞正的信息庫——客戶名單。後來，被告阿勒斯歐結束了與原告的雇傭關係，並設立公司從事與原告相競爭的工作。由於被告在其雇傭期將屆滿時在敦斯摩爾不知情的情況下、在雇傭期滿時不顧敦斯摩爾的反對拿走了原告客戶名單或其影印件，於是，原告向法庭起訴被告未經許可使用其客戶名單，構成商業秘密侵權。

原告訴稱其按字母順序排列的候選人名單及候選人檔案（包括候選人的簡歷）即客戶名單構成商業秘密。法典（General Statutes）第 35-51（d）規定，“除少數情況以外，‘商業秘密’是指包括……彙編在內的一切信息，”因此本案中的客戶名單應被視爲商業秘密。但這並非意味著“商業秘密的每一個構成部分都必須是或包含商業秘密”。[§5] 法院認爲根據法典（General Statutes）35-51(d)，本案中的客戶名單可被視爲“商業秘密”的一種類型，受康涅狀格州統一商業秘密法保護。被告辯稱本案中被視爲商業秘密的客戶名單是衆所周知的或者是可以通過已爲人知的適當手段獲得的。被告進一步指出，該客戶信息可以從其他渠道，如美國市場協會指南、內部調查、商業學校和一般商業渠道獲得。

“其內容可通過一般公共渠道獲知，如商業雜誌…。”那麼本案中的客戶名單是否屬於易於取得的信息呢？

實際情形是，雖然美國市場協會指南記載了大量的信息，包括幾千名市場研究人員的姓名、專業或專長（如消費市場，市場分析）、職位、雇主。所涉人員總量超過2萬，但其中也包括許多本身並不從事市場研究的人員，以及那些只從事這方面理論研究的學者，而且指南所記載人員的大部分隻錄入了其家庭住址和私人電話。而相比之下，原告客戶名單則還包括了有關薪金或工作經歷方面的信息。雖然，原告客戶名單記載的市場研究人員的姓名及其現雇主等信息都是公共信息，但是原告並不需要證明該商業秘密中的每一個組成部分都不可能從其他渠道獲得。[6]市場研究人員現在的薪金水平及其工作履歷並非人所皆知，且這些信息也不可能有確切的方法獲得，原告可以利用這些信息獲得經濟利益。因此，我們認，原告所掌握的有關候選人員的信息不是公共信息，也不可能通過適當的途徑輕易獲知，這些信息以及候選人的履歷表，通常是原告所掌握的市場研究人員唯一的、個人的資料。被告稱，在他打電話給一些市場研究人員後，他們便馬上提交了自己的履歷表及其他個人資料，但法院認爲被告的這一主張因缺乏證據證明而不具有可信性。在美國有2萬以上的市場研究人員，在缺乏這些人的詳細個人資料的情況下，要想挑選出勝任某一工作的合適人選，無異於在黑暗中打靶。一旦從原告的名單中，獲取了候選人的有關薪金、工作經歷、年齡及其他個人資料，像被告這樣新成立的公司就可以順利地開展工作，爲客戶物色合適的人選。從候選人的個人資料中，如配偶及家庭情況，被告能進一步地進行篩選，選出最適合某一工作的人選或爲某一人選重新進行工作定位。或許其中有些信息也能通過打電話給美國各大公司的市場研究部門而獲知，但這樣做的成本無疑是巨大的。

很顯然，本案中的客戶名單是無法通過正當途徑輕易獲取的，法院據此駁回了被告的相關抗辯。

再看另一個案例 Home Paramount Pest Control Companies, Inc. v. FMC Corporation/ Agricultural Products Group。該案中的客戶名單就因爲易於取得而未被法庭確認爲商業秘密。原告派若曼特公司（Home Paramount Pest Control Companies）在馬里蘭和維吉尼亞經營害蟲防治業務。其子公司嶽克公司（York）在美國東部地區分銷害蟲防治產品，派若曼特公司也是其客戶之一。被告 FMC 公司生產害蟲防治產品並分銷給包括嶽克公司在內的分銷商。幾年來，即至少從 1993 年始嶽克公司就一直是得到 FMC 授權的分銷商。嶽克公司將 FMC 的產品銷售給包括其母公司派若曼特公司在內的害蟲防治公司。1993 年 FMC 開始執行其“聯盟計劃”（Alliance Points Program）。根據該計劃，FMC 給予通過得到 FMC 正式授權的分銷商如嶽克公司購買其產品的害蟲防治公司回扣。由於派若曼特公司每次從其子公司嶽克公司購買 FMC 的產品都可從 FMC 取得回扣，該計劃對派若曼特公司是有利的。作爲參與聯盟計劃的條件，每個正式分銷商必須向 FMC 提供其客戶名單。該名單應寫明各客戶所購買的產品種類和數量。在其日常業務中，FMC 對能接觸該名單的人員作了限制。作爲對提供客戶名單的回報，FMC 付給嶽克公司相當於其年銷售額2%的費用。派若曼特公司認爲，FMC 未經許可將嶽克公司的客戶名單傳播給其競爭對手，應承擔侵佔商業秘密的責任。FMC 向法庭提供了一份其傳播給嶽克公司的競爭對手 VW&R.的信息的複印件。該文件包括各類害蟲防治公司的名稱、地址和聯繫電話以及許多公司的聯繫人姓名。該客戶名單沒有列出實際的銷售量，只是表明，這些客戶包含了岳克公司在美國東北和東南部的 50 個最大的客戶。岳克公司客戶的名稱和住址可以通過公共渠道諮如電話簿和貿易協會獲得。VW&R 的波拉挪斯（John Bolanos）在其筆錄中證明了這一點。FMC 並未將細節性的信息諸如所銷售產品的價格和銷量提供給 VW&R，而這些信息才是最難獲得的。實際上，FMC 僅僅提供了嶽克公司 50 個最大客戶的名稱和住址。這種信息通過嶽克公司每日的運營情況就可收集到。

有鑒於此，法庭最後認定包含在 FMC 答辯狀中的信息依法不構成商業秘密，准許了 FMC 要求立即判決的主張。（待續）

作者：王瑜（商業訴訟律師）

慈善商店漸受英國中產階級喜愛

別以爲慈善商店都是陳腐、老派，散發著一股黴味的舊貨店，別以爲這裏賣的除了裂口的瓷器就是開了線的大號衣服。現在，許多慈善商店搖身一變，成了復古、懷舊的象徵，成了弄潮兒尋覓經典、個性服飾的好去處。

過去兩年，英國人對購物、消費之道德的關注達到了前所未有的峰巔。其中，廉價、穿完了就扔的服裝給環境帶來的惡劣影響更是中產階級家庭關注的一個焦點。

每年在英國，人們扔掉的鞋子和衣服多達 90 萬噸。這個消極衝擊波已經逐漸滲透、進入了消費者的良知。

中產階級的家庭主婦普遍接受教育程度較高，環保意識相對比較強烈。再加上有的是閒情逸致、特別愛和左鄰右舍攀比，逛慈善店，就成了“無罪購物”的一個好機會；滿足了消費欲，免去了責任感。

但是，不遠的過去，到二手店買來的別人剩下的舊衣服還是很“見不得人”的做法。

海倫和蘇茜是姐妹倆，典型的中產階級：一幢房子、兩個孩子、兩部汽車。姐妹倆人一個住在倫敦新興的金融區，一個住在英國的後花園肯特郡，經常相約去對方鎮上的慈善商店“淘寶”。

海倫和蘇茜回憶說，上中學的時候，鎮子上的樂施會是所有的女孩子不惜一切代價都要躲開的地方，讓同學看到自己從舊貨店出來，無異於“社交自殺”！你的夥伴們會沒完沒了地拿你開涮。

但是海倫說，現在，和一群女伴坐在一起喝咖啡，花1英鎊從二手店的處理品大筐中買到一條漂亮的開司米圍巾，引來的不是同情，而是豔羨、稱讚。

鄰家的韋露和丈夫兩人都是醫生。卡露說，年輕時亦曾瘋狂地購買便宜貨、瘋狂地丟棄幾乎全新的舊衣物，但現在這種做法讓她覺得越來越“不安”。因爲，她購物最大的“動機”之一是改善心情。如果花了錢、費了心、扔東西時還要小心翼翼生怕鄰里議論，有什麼意思？

穿舊貨，就仿佛戴上了一枚勳章，標誌著你爲慈善組織作了貢獻，顯示著你對第三世界血汗工廠剝削窮苦女工作法之不屑，代表著你擁有道德購物、綠色時尚的前衛意識。

大名鼎鼎的英國女演員海倫，米倫就表示過，自己喜歡在到外地拍外景時到慈善商店買衣服。去年年底，辣妹維多利亞在諾丁山的樂施會商店買了一套雜尾酒裙。立刻，樂施會在年輕人的眼中也變得時髦了起來。據說，辣妹到訪後的那個星期商店營業額直線上升。

據統計，倫敦大約有 400 多家二手店。《倫敦出行》（Time Out）雜誌曾經高呼，“從這些商店裏，你可以找到倫敦最上乘的便宜貨和最難尋覓的寶貝。”

瑪麗，居裏癌症基金會在全英國共有 180 多家商店。他們稱，每天出售的衣服多達 8000 件，每年收到的可重新利用的物品能裝滿12萬個大垃圾袋！

曾經擔任英國流行服飾店 Topshop 品牌總監的簡，謝波德森女士認爲，現在商店中出售的衣服飾物太便宜。她說，一件東西太便宜的時候，說明某個地方、某個個人已經或正在爲其付出代價。

難怪，海倫感慨萬千地說，穿舊衣服出門可以挺胸抬頭，但是，同伴中要是有誰炫耀自己經常光顧 Primark（以廉價著稱的時裝店），還會招徠白眼呢！

英國BBC專欄作家：蘇平

Primark, Reading

前4個月廣東醫藥品進口穩步增長

【新華社消息廣州電】據廣州海關統計，今年1至4月，廣東進口醫藥品 2.6 億美元，比去年同期增長29.4%。

廣東醫藥以一般貿易進口爲主，1至4月，廣東一般貿易進口醫藥品 2.5 億美元，增長 25.7%，佔同期廣東進口醫藥品總值的 96%。其次，以保稅區倉儲轉口貨物形式進口 502.5 萬美元，由於去年同期基數較低，大幅增長419.1 倍，佔同期廣東進口醫藥品總值的2%。

私營企業是進口主體，1至4月共進口醫藥品 1.2 億美元，增長 20.5%，佔同期廣東進口醫藥品總值的44.8%；國有企業進口醫藥品 8628.6 萬美元，增長 48.7%，佔進口總值的33.7%；外商投資企業進口 5358.6 萬美元，增長20.2%，佔進口總值的20.9%。

廣東醫藥來源地較集中，1至4月，廣東自香港進口醫藥品 8312.6 萬美元，增長 25%；自歐盟進口 7149.6 萬美元，增長25.8%；自這兩地進口醫藥品佔同期廣東進口醫藥品總值的 60%。此外，自美國進口 3730.6 萬美元，增長 71.3%；自日本進口 2324.3 萬美元，下降13.9%。

據海關人士分析，由於國際市場醫藥品需求旺盛，生產醫藥品的上游產品原料藥價格普遍上漲，越南、印度和中國三大原料藥供應國也紛紛調高原料藥出口價格，加之國際石油價格上漲，拉動生產藥品必須的化工產品價格上漲，導致生產藥品成本進一步攀升，預計今後醫藥品進口量和進口價格還將穩步上升。

路易・威登加快進軍中國市場的步伐

【據法國紡織報（Journal du Textile）報道】路易・威登爲在全球開設第二家最大的分店，最終選擇了中國的香港，該店分四層面積爲 1,750 平米，成爲座落在最時尚的要道,尖沙嘴廣東道上的又一家旗艦店，該店出售所有路易.威登品牌的產品。該報稱，顯然法國酷悅軒尼詩 -- 路易・威登集團(Lvmh)盈利最高的公司不是盲目地選擇了中國，而是爲在那裏展開一場新的驚心動魄的戰役。自 2005 年底，Lvmh 集團主席貝爾納.阿爾諾(Bernard Arnault)就把中國稱之爲“未來世界最大的奢侈品市場”。據路易.威登主席 Yves Carcelle 向經濟媒體披露:如果人們計算其在國外的採購積分，中國人已取代美國人成爲路易.威登產品的第二大主顧，排日本人之後。他說，美國市場今天有其 100 多家分店,但十年內中國開設同樣多的分店不是不可能的，因爲中國 100 萬以上人口的城市就有 103 個。

路易.威登品牌是1979年進入中國香港，1992年進入大陸市場的,目前有分店 19 個，其中 2 個在北京。今年年底前即將開業已列入日程還有以下 6 個店即：長沙、大連、三亞、蘇州、烏魯木齊、青島。2009 年底，路易.威登還準備在中國開設 35 個品牌店。

路易.威登目前在世界 60 多個國家中擁有約 400 家店鋪，而祝亞洲巨人爲特許優先的對象，今年準備落成儀式的 30 多家分店中，中國已壟斷了四分之一，其他分散的還不太成熟的幾家市場是印度 2 家，巴林、芬蘭、卡塔爾、羅馬尼亞等。

中國傢具和木製品展成國際木材供應商焦點

【新華社消息廣州電】據廣東林業產業協會提供的信息，在 2007 年成功地舉辦了中國傢具和木製品展後，國際木材供應商又一次將目光投向了 2008 年 6 月 12—15 日在大連舉辦的中國傢具和木製品展。今年的展會將主要以中國的實木傢具及其配件爲主，爲本地的生產商提供展銷平臺。

由於去年俄羅斯提高了原木出口關稅，原木的出口量急劇下降，俄羅斯木材的價格上漲；另一方面，國內木材資源短缺。爲了彌補供應短缺的現象，中國的傢具、地板和其它產品的生產商開始從其它地區尋找原材料。

國際木材供應商聚集在中國傢具和木製品展會上，主要是因爲他們看好中國的市場潛力。目前，海外的木材供應商包括奧地利木製品、澳大利亞 r F C 公司、Exor 貿易公司、Lgnisterra 公司、Weyerhaeuser 硬木公司、Prime 鋸材公司、加拿大木材公司、馬來西亞木材協會等，他們都已經確定參加 2008 年中國傢具和木製品展會，展出世界各地的木材和鋸材。

冠軍永遠伴隨著您

專 土地開發 房屋買賣
精 房屋貸款 地產走勢分析

22年資深地產經紀

專業、熱忱、盡職、負責、保證滿意

1 特別爲您量身訂做的房屋買賣計畫
2 特別爲您量身訂做的貸款計畫

愛家地產
唐冠軍
626-347-9459

sugarsweettang@yahoo.com

唐冠軍商業地產介紹買賣 #9

冠軍公寓地產介紹

1. Ontario 公寓、7744呎、佔地23760呎、8單位、全租滿、1985年建 售價$1,720,000
2. Arcadia 公寓、6156呎、佔地8000呎、7單位、全租滿、1960年建 售價$1,750,000
3. Rosemead PLD、6444呎、佔地19000呎、4單位、全租滿、1985年建 售價$1,900,000
4. Pasadena 五層樓公寓、60030呎、佔地18114呎、53單位、全租滿、2005年建 售價$19,900,000
5. Highland Park 二層樓公寓、8608呎、佔地11107呎、9單位、1985年建、全租滿 售價$1,590,000

冠軍店面與商場介紹

1. Whittier 一層店面、8300呎、佔地23400呎、全租滿、2003年建 售價$2,050,000
2. Los Angeles 一層店面、7020呎、佔地7100呎、2006年建 售價$2,350,000
3. Irvine 二層店面、58504呎、佔地3.47英畝 售價$33,396,000
4. Anaheim 一層店面、4830呎、佔地15120呎、1970年建 售價$1,600,000
5. Westminster 二層店面、26950呎、佔地86000呎、2006年建 售價$11,700,000
6. Santa Ana 二層店面、26950呎、佔地1.89英畝、1987年建 售價$8,600,000

冠軍辦公大樓地產介紹

1. Los Angeles 念新三層商住混合大樓、5900呎、2008年建 售價$4,425,000
2. Fullerton 商用辦公室及展示間、18000呎、21979年建 售價$3,999,500
3. Santa Ana 一層店面、17100呎、佔地1.89英畝、1985年建 售價$5,612,000
4. Arcadia 銀行大樓、8952呎、佔地18108呎 售價$2,900,000
5. Long Beach 四層商用大樓、29189呎、佔地16997呎、1980年建 售價$4,500,000

冠軍商業土地介紹

1. Hemet 47 幢Townhouse 用地、佔地2.69英畝 售價$2,149,000
2. Lake Elsinore 商業用地 3.36英畝、近15號公路 售價$4,250,000
3. El Monte商業用地 1.31英畝、近10號公路 售價$3,595,000