

电话不接 微信不回复 也不安排工作 人间蒸发的单位“起死回生”

2020年12月，黄浦区五里桥街道调解委员会接待了一位叫韩某的小伙，韩某刚大学毕业就在上海某有限公司工作，任职IT。近一个多月未收到工资，找领导沟通此事，当天收到单位的短信告知在次月支付，并且通知与其劳动关系结束，会多支付半个月的工资作为补偿。可等了一段时间后，韩某再次联系单位领导，电话不接，微信不回复，也不再安排工作，工作地大门紧闭，感觉单位人间蒸发了，百感交集之下打听到可以在“上海人社APP”上申请网上劳动纠纷调解，便向调解老师寻求帮助。

五里桥街道调解委员会在网上收到韩某的劳动纠纷调解申请，得知情况后调解员第一时间联系单位人事李某，被告告知自己不再处理该单位相关人事业务，请联系其他相关人员。之后也陆续联系了业务经理、总监、法人老板，但电话那头的回答不是无法接通，就是被告告知打错电话了，再打过去就被拉黑了。同时五里桥街道调解委员会在网上收到该单位另外3位同时的劳动纠纷调解申请，内容与韩某大致相同。加上单位一直电话联系不上，使得调解员认为一直空守电话实则无用，只能上门去实地了解情况。到了单位实际办公地点发觉房门紧闭，屋内空空荡荡的，好久无人办公



的迹象，随后调解员联系上该商务楼的物业，被告告知该单位早已租赁期限已到，没有续约。

然而我们调解组织正式成立已有多

了，调解员面对单位没有实际办公场地的现状，决定抓源头，不能因为困难而退却，应该迎难而上，于是再次联系了之前单位人事李某，在反复沟通和电话联系中，将调

解员的真实意思告知单位：我们调解员可以做单位与职工的老娘舅，单位再困难，也可以将单位的难处去劝解职工，使员工和单位构成和谐的用工关系，在漫长的聊天沟通中，功夫不负有心人，单位原人事李某终于有所缓解，她表示愿意将调解员的意思转述给单位领导，尽可能的解决职工的诉求。

一个星期左右，调解员的手机终于响起，来电的正是该单位原人事李某，告知调解员单位愿意安排法务出面处理，但是单位因为疫情确实困难，希望调解员能和职工协商下金额。得到单位的配合后，调解员在单位和职工之间反复进行电话协商沟通，最终未能拿到工资的韩某等4人，在2021年的1月底前与单位达成了和解，并且签署了调解协议。韩某等4人拿到调解协议书时，由衷的感谢调解员的真心付出和努力，但是调解员觉得我们工作中的点点滴滴都是为了今天和解结果，都是我们应该做的。

和谐的劳动关系需要单位和职工共同经营，我们调解员就是单位和职工的桥梁、纽带和老娘舅。

(黄浦区劳动人事争议联合调解中心五里桥街道调解分中心 孙思怡、魏明佳)

“刹车失灵”T恤都有同款了这样蹭热度合法吗？

4月19日车展现场，维权事件引起热议。随着事件争议一起进入公众视野的，还有维权时穿着的定制T恤。

电商平台经常会看到有商家出售同款商品，一般是明星或网红。而在此次维权女客户事件发生后，网络同款比警情通报来得更快。随着事件不断发酵，不少商家“蹭热度”售卖同款“刹车失灵”T恤，并将身穿该T恤的维权女客户的照片及相关商标作为商品进行宣传，赚取相应的利润。

那么“蹭热度”售卖同款服装的行为，合法吗？

问：蹭热度售卖同款商品合法吗？

答：律师认为，即使卖的是“真货”，质量也非常好，确实是与某个明星或网红、维权女客户穿过的服装款式是一样的，商家在销售描述时，也不能写成明星同款、“刹车失灵”T恤，更不能将相应明星的照片、维权女客户的照片及特斯拉商标作为待销售产品进行宣传，存在明显的侵权行为。更别说还存在大量的假冒伪劣商品，甚至通过P图形式将自己



的产品P到明星照片上，写明星同款的。

问：卖品牌同款服装可能涉及到商标侵权

答：明星的很多服装，可能涉及某个服装

品牌的商标，如果网店出售涉及品牌同款服装，没有取得商标权人的授权或同意就存在商标侵权。根据《中华人民共和国商标法》第五十七条“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相同的商标的”的行为，属于商标侵权行为。

问：卖品牌同款服装可能涉及到著作权侵权

答：有时，明星穿着的服装属于设计师款式，虽暂时没有注册为商标，但有可能设计师对该服装设计申请了著作权登记，网店生产、销售同款产品牟利，可能涉嫌侵犯服装的著作权。即使设计师没有申请著作权登记，如果设计师有电子设计手稿等可以证明其原创性的证据，也可以主张权利。

问：卖品牌同款服装可能涉及到肖像权侵权

答：肖像权是公民可以同意或不同意他人利用自己肖像的权利。法律规定，未经本人同意不得使用公民的肖像。网店在销售同款

服装时，未经许可，经常私自使用明星或网红的个人照片，就像此次叫卖的“同款T恤”中，很多商家在售卖过程中，直接使用上海车展维权女客户的个人照片，属于典型的对维权女客户的肖像权的侵犯。

问：卖“刹车同款T恤”服装可能涉及到名誉侵权

答：根据《中华人民共和国民法典》的规定，法人、非法人组织享有名称权、名誉权和荣誉权。网店在销售同款服装时，为了“蹭热度”，就像此次叫卖的“同款T恤”中，明确印有商标及名称，在最终事实真相未经权威机关认定的情况下，推波助澜，给企业的名誉造成一定影响，可能会涉及侵犯企业名誉权。

“蹭热度”的网络销售同款服装行为，存在不可控的网络侵权，商家在销售时，不应当追求短期的经济利益，否则一旦权利人主张维权，商家可能面临被巨额索赔的风险。同时，商家还可能面临被其在网络平台处罚的风险存在。

(上海市司法局)



纠错有奖 欢迎大家来做“啄木鸟”

如果您在阅读本月《社区晨报》时发现任何差错，可关注微信公众号“上海社区发布”并于后台留言，将您发现的问题发送给我们（注明报纸名称、所在版面、文章名称、差错细节，本期截止日期为2021年6月1日）。本月纠错质量最高的一位读者，将成为最佳“啄木鸟”，并获得100元的现金奖励；本月纠错质量相对较高的另外十位读者，则将成为优秀“啄木鸟”，并各获得纪念品一份。

2021年4月优秀“啄木鸟”：王金荣、刘童、李群、许国平、李志明、陈龙根、路永敏、王小熙、小班张（昵称）、赵水生

2021年4月最佳“啄木鸟”：唐金虎



扫描二维码关注“上海社区发布”



江畔福地——上海绿地万豪酒店十周年

位于西岸江畔的上海绿地万豪酒店在今年迎来开业十周年。这一隅生机福地静静伫立，为商旅者提供一方宁谧的下榻居所。荣誉十载，意义非凡。上海绿地万豪酒店坐落的江滨路距离江畔一步之遥，离著名的田子坊和新天地都只有2公里，称得上喧闹城市中的宁静绿洲。带上运动水壶和智能穿戴装备，去滨江步道晨跑或快走是很多商旅客人的选择，专业的跑者还会在户外5公里跑之后回到酒店的健身中心进行拉伸训练。作为“上海2035”中承载全球城市核心功能的高品质中央活动区，西岸和上海绿地万豪酒店一起，承载起这座城市对于未来的重托。这样一座与城市共生的酒店，她的下一个十年令人期待。

