

# 顺德区商标报告

2014年第1号（总第2号）

2014年9月30日修



顺德区市场监督管理局 指导  
顺德区商标协会 编印

# 本期看点

一、顺德区有效商标数量突破5万件

.....1

本区有效注册商标拥有量前十五位企业排名

.....5

二、本区哪些驰名、著名商标被抢注？

.....7

本区哪些公共资源被抢注？

.....9

三、本区商标品牌战略建设情况

.....12

四、顺德区商标品牌战略调研成果展示

.....14

五、顺德区外商标维权动态

.....32

## 一、顺德区商标发展的综合概况

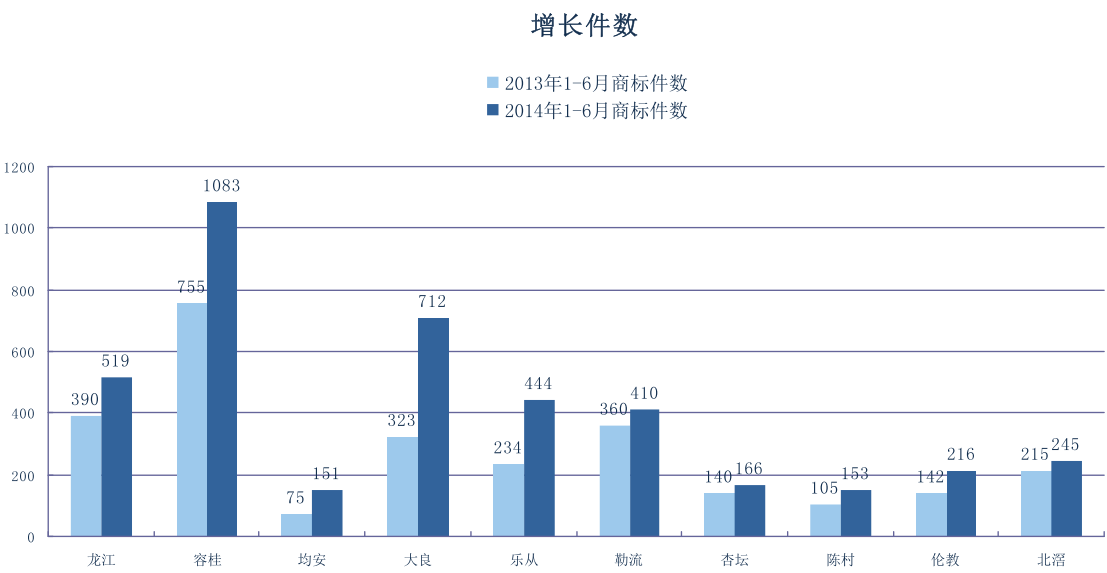
初步统计，截止至 2014 年 6 月 30 日止，顺德区累计有效注册商标共 53372 件，比去年同期增加有效注册商标 6137 件，增长 12.99%。

表 1 顺德区累计有效注册商标增长统计表

| 本区下属区域 | 截止至 2013 年 6 月 30 日累计有效注册量 | 截止至 2014 年 6 月 30 日累计有效注册量 | 增长率    |
|--------|----------------------------|----------------------------|--------|
| 容桂     | 13694                      | 15364                      | 12.20% |
| 勒流     | 6529                       | 7207                       | 10.38% |
| 杏坛     | 2257                       | 2524                       | 11.83% |
| 均安     | 2068                       | 2256                       | 9.09%  |
| 陈村     | 1667                       | 1882                       | 12.90% |
| 伦教     | 2053                       | 2376                       | 15.73% |
| 大良     | 5398                       | 6374                       | 18.08% |
| 乐从     | 3809                       | 4386                       | 15.15% |
| 北滘     | 3454                       | 3875                       | 12.19% |
| 龙江     | 6306                       | 7128                       | 13.04% |
| 合计     | 47235                      | 53372                      | 12.99% |

### （一）2014 年上半年本区商标核准注册增长情况

初步统计，2014 年上半年本区核准注册商标共 4099 件，同比 2013 年上半年增长 53.23%，各镇街增长情况详见图 1。



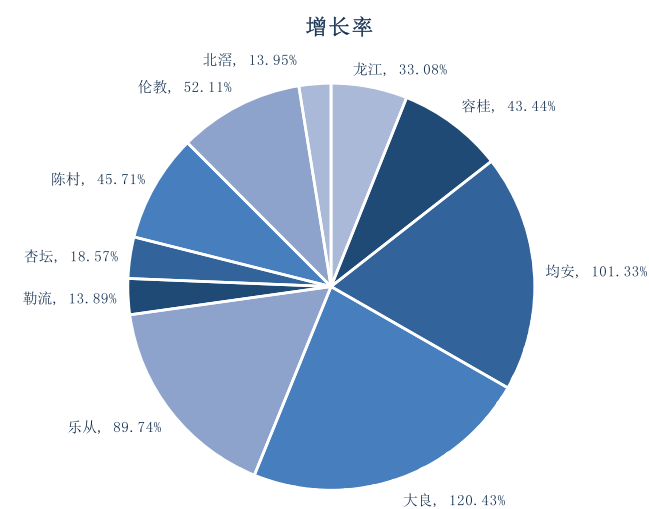


图1 2014年上半年本区各镇街商标注册增长情况

## （二）2013年下半年本区商标续展情况

初步统计，2013年6月30日至12月31日本区商标续展申请共547件、宽展期申请共45件，商标续展率达51.15%。

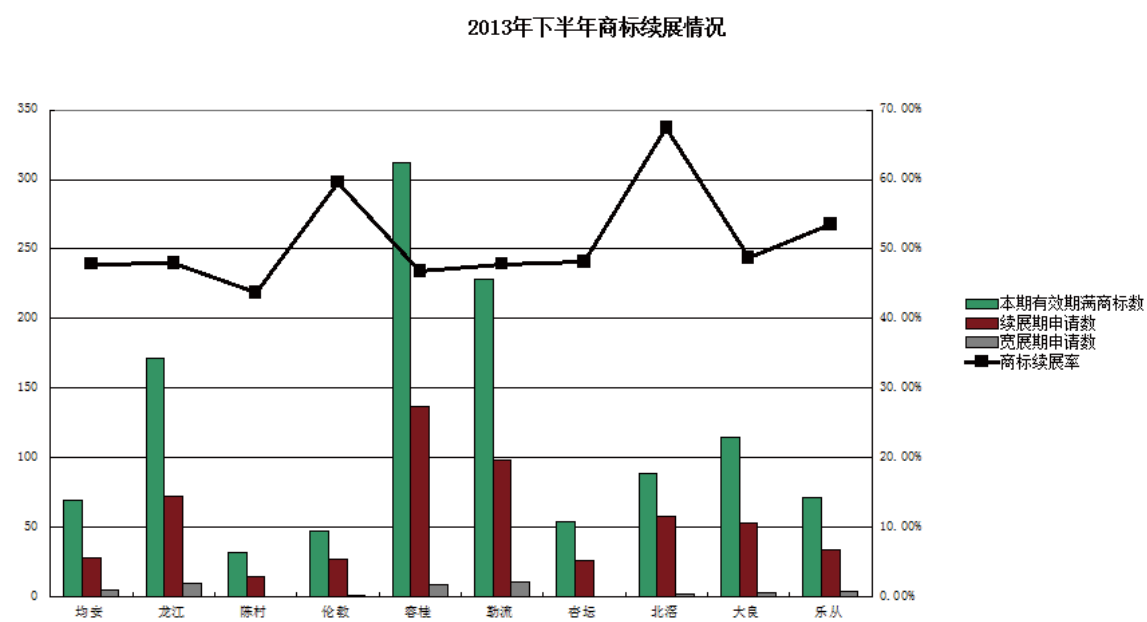


图2 2013年下半年本区各镇街商标续展情况

## （三）本区累计有效注册、申请商标数的商品及服务类别排名

表3 本区累计有效注册、申请商标数的商品类别排名表

| 排名 | 商品类别               | 累计有效注册件数 | 累计待审申请件数 |
|----|--------------------|----------|----------|
| 1  | 第11类（照明、小家电、卫生设备）  | 10780    | 2379     |
| 2  | 第20类（家具、塑料制品）      | 7167     | 1969     |
| 3  | 第07类（机器、机床）        | 4566     | 770      |
| 4  | 第09类（科学仪器、教学工具）    | 3504     | 471      |
| 5  | 第25类（服装、鞋、帽）       | 2804     | 428      |
| 6  | 第06类（金属制品）         | 2458     | 455      |
| 7  | 第02类（油漆、涂料）        | 2096     | 389      |
| 8  | 第21类（厨房用具、玻璃器皿、瓷器） | 1295     | 261      |
| 9  | 第01类（化学品）          | 1181     | 240      |
| 10 | 第30类（咖啡、茶、谷物制品）    | 207      | 1002     |

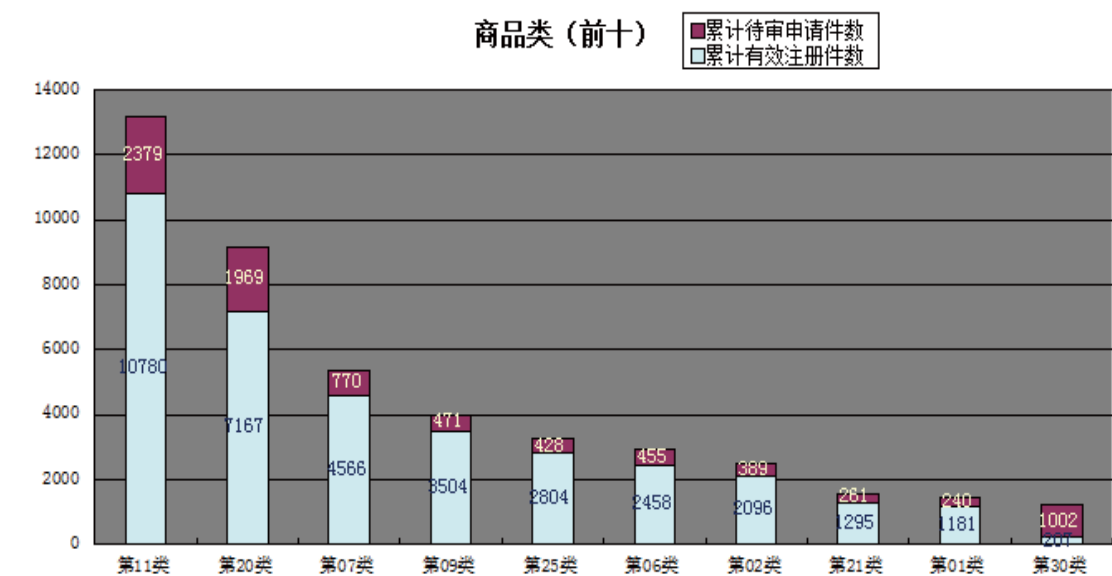


图3 本区累计有效注册、申请商标数的商品类别排名

表 4 本区累计有效注册、申请商标数的服务类别排名表

| 排名 | 服务类别                        | 累计有效注册件数 | 累计待审申请件数 |
|----|-----------------------------|----------|----------|
| 1  | 第 35 类（广告、商业经营服务）           | 1933     | 747      |
| 2  | 第 43 类（提供食物和饮料服务）           | 717      | 182      |
| 3  | 第 37 类（房屋建筑；修理；安装服务）        | 560      | 115      |
| 4  | 第 42 类（科学技术服务和与之相关的研究与设计服务） | 438      | 145      |
| 5  | 第 36 类（保险、金融服务）             | 350      | 91       |

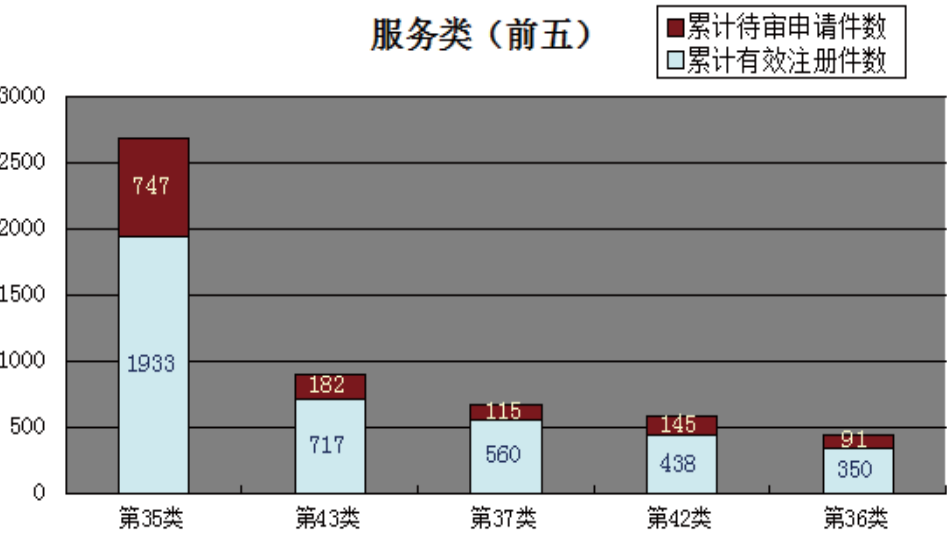


图 4 本区累计有效注册、申请商标数的服务类别排名

（四）本区累计有效注册商标拥有量企业排名

初步统计，截止至2014年6月30日，本区拥有累计有效注册商标53372件，分别由27182个商标注册人持有，其中广东联塑科技实业有限公司拥有有效商标614件，拥有量全区排名第一。

表 5 本区累计有效注册商标拥有量企业排名表

| 排名 | 注册人名称               | 商标数（件） | 所在下属区域 |
|----|---------------------|--------|--------|
| 1  | 广东联塑科技实业有限公司        | 614    | 龙江     |
| 2  | 广东美的电器股份有限公司        | 437    | 北滘     |
| 3  | 海信科龙电器股份有限公司        | 396    | 容桂     |
| 4  | 广东伟雄集团有限公司          | 314    | 容桂     |
| 5  | 广东华润涂料有限公司          | 300    | 容桂     |
| 6  | 佛山市顺德区碧桂园物业发展有限公司   | 297    | 北滘     |
| 7  | 广东格兰仕集团有限公司         | 274    | 容桂     |
| 8  | 广东万和新电气股份有限公司       | 224    | 容桂     |
| 9  | 广东美的制冷设备有限公司        | 193    | 北滘     |
| 10 | 广东康宝电器有限公司          | 189    | 杏坛     |
| 11 | 广东环球制药有限公司          | 187    | 容桂     |
| 12 | 佛山市顺德区迪声电器实业有限公司    | 161    | 容桂     |
| 13 | 佛山市顺德区容桂万喜电器燃气具有限公司 | 154    | 容桂     |
| 14 | 美的集团股份有限公司          | 140    | 北滘     |
| 15 | 广东华声电器股份有限公司        | 134    | 容桂     |

（五）本区累计有效注册商标量在佛山五区中的排名

初步统计，截止至 2014 年 6 月 30 日，本区累计有效注册商标量达 53372 件，在佛山五区中排名首位。

表 6 本区累计有效注册商标量在佛山五区中的排名表

| 排名 | 区域 | 有效注册量 |
|----|----|-------|
| 1  | 顺德 | 53372 |
| 2  | 南海 | 38149 |
| 3  | 禅城 | 24999 |
| 4  | 三水 | 4850  |
| 5  | 高明 | 3508  |



（六）本区主要有效注册类别有效商标注册量在佛山五区中的排名

初步统计，截止至2014年6月30日，本区在主要有效注册类别有效商标的注册量均居佛山五区首位。  
各主要有效注册类别排名表详见下表：

1.商品类商标

表 7 、表 8 、表 9 本区主要有效注册商品类有效商标注册量在佛山五区中的排名

| 第 11 类（照明、小家电、卫生设备） |    |         | 第 20 类（家具、塑料制品） |    |         | 第 7 类（机器、机床） |    |         |
|---------------------|----|---------|-----------------|----|---------|--------------|----|---------|
| 排名                  | 区域 | 有效商标注册量 | 排名              | 区域 | 有效商标注册量 | 排名           | 区域 | 有效商标注册量 |
| 1                   | 顺德 | 10751   | 1               | 顺德 | 7158    | 1            | 顺德 | 4547    |
| 2                   | 南海 | 3589    | 2               | 南海 | 2148    | 2            | 南海 | 2390    |
| 3                   | 禅城 | 2761    | 3               | 禅城 | 691     | 3            | 禅城 | 1272    |
| 4                   | 三水 | 377     | 4               | 高明 | 209     | 4            | 三水 | 188     |
| 5                   | 高明 | 304     | 5               | 三水 | 159     | 5            | 高明 | 138     |

2.服务类商标

表 10 、表 11 、表 12 本区主要有效注册服务类有效商标注册量在佛山五区中的排名

| 第 35 类（广告、商业经营服务） |    |      | 第 43 类（提供食物和饮料服务） |    |         | 第 37 类(房屋建筑；修理、安装服务) |    |         |
|-------------------|----|------|-------------------|----|---------|----------------------|----|---------|
|                   |    |      | 排名                | 区域 | 有效商标注册量 | 排名                   | 区域 | 有效商标注册量 |
| 1                 | 顺德 | 1929 | 1                 | 顺德 | 713     | 1                    | 顺德 | 556     |
| 2                 | 南海 | 1654 | 2                 | 南海 | 438     | 2                    | 南海 | 437     |
| 3                 | 禅城 | 1219 | 3                 | 禅城 | 411     | 3                    | 禅城 | 313     |
| 4                 | 高明 | 165  | 4                 | 三水 | 64      | 4                    | 三水 | 73      |
| 5                 | 三水 | 155  | 5                 | 高明 | 50      | 5                    | 高明 | 43      |

二、本区驰著名商标企业及公共资源的监测案例

（一）驰著名商标被他人抢注的监测情况

自2013年8月顺德区商标统计分析与预警保护软件系统启用以来，已对全区的28件中国驰名商标、137件广东省著名商标及顺德区商标协会近百个会员单位主要商标进行全方位抢注监测，到目前为止共监测抢注信息近100条，发出抢注预警通知书近600份，及时提醒知名企业提出商标异议，保护自身商标的合法权益。近期通过监测发现存在他人非类似商品上抢注与本区知名企业商标相同的商标的情形，部分抢注监测结果案例公布如下：

案例 1：

监测商标：



注册人：佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

描述：商标主要用于卫浴产品的“ARROW”商标于 2005 年被认定为广东省著名商标，2008 年被认定为中国驰名商标。

监测结果商标：



注册人：周森秋

类别：11

商品或服务：澡盆；坐浴浴盆；沐浴用设备；卫生器械和设备；小便池(卫生设施)；抽水马桶；坐便器；马桶座圈；桑拿浴设备；洗涤槽。

异议截止期：2014/10/19

案例 2：

监测商标：



注册人：广东美涂士建材股份有限公司

描述：主要用于涂料、油漆的“美涂士”商标于 2009 年被认定为中国驰名商标。

监测结果商标：



注册人：计炳焜

类别：9

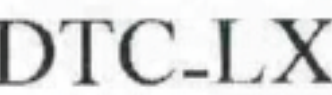
商品或服务：电开关；断路器；插头、插座和其他接触器(电连接)；高低压开关板；变压器；调光器(电)；配电箱(电)；眼镜；电源材料(电线、电缆)；闸盒(电)。

异议截止期：2014/10/26

案例 3:

|         |                                                                                   |                                                                                                                                                         |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测商标:   |  | <b>注册人:</b> 广东亚新汽车传动有限公司<br><b>描述:</b> 主要用于陆地车辆离合器的“ACCEL”商标于 2008 年被认定为广东省著名商标。                                                                        |
| 监测结果商标: |  | <b>注册人:</b> 高康<br><b>类别:</b> 12<br><b>商品或服务:</b> 车轮；车辆减震器；陆地车辆用离合器；轴颈；陆地车辆传动马达；陆地车辆用单向离合器；陆地车辆涡轮机；陆地车辆转矩变换器；陆地车辆刹车片；陆地车辆传动轴。<br><b>异议截止期:</b> 2014/9/26 |

案例 4:

|         |                                                                                     |                                                                                                                                                      |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测商标:   |  | <b>注册人:</b> 广东东泰金属制品有限公司<br><b>描述:</b> 主要用于家具金属部件的“DTC”商标于 2006 年被认定为广东省著名商标, 2010 年被认定中国驰名商标。                                                       |
| 监测结果商标: |  | <b>注册人:</b> 何海斌<br><b>类别:</b> 6<br><b>商品或服务:</b> 金属铰链；金属轨道；金属合页；弹簧锁；金属滑轮(非机器用)；金属带式铰链；小五金器具；压缩气体钢瓶和液压气减压阀；家具用金属附件；金属锁(非电)<br><b>异议截止期:</b> 2014/10/5 |

案例 5:

|         |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                          |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测商标:   |  | <b>注册人:</b> 佛山市托维环境亮化工程有限公司<br><b>描述:</b> 主要用于照明器材及装置的“TOUVE”商标于 2004 年被认定为广东省著名商标。                                                                                                                                      |
| 监测结果商标: |  | <b>注册人:</b> 湖北国新天汇能源有限公司<br><b>类别:</b> 6<br><b>商品或服务:</b> 压缩空气管用金属配件；普通金属合金丝(除保险丝外)；非电气缆绳用金属接头；压缩气体或液态空气瓶(金属容器)；存储和运输用金属容器；压缩气体或液态空气用金属容器；(贮液或贮气用)金属容器；铜焊合金；金属风向标；金属矿石。<br><b>异议截止期:</b> 2014/9/5（已过截止期的，可通过商标无效宣告途径来救济） |

以上商标与驰名商标并存于市场，是否易使相关公众对商品和服务的来源产生误认，损害驰名商标合法的在先权利，需要进一步分析具体情况和评估。本局已向相关企业发出预警通知书，提醒相关企业关注该商标的注册程序，并建议相关企业采取更有力的措施，提升企业商标保护水平。

（二）公共资源被抢注的监测情况

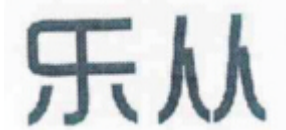
知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产及其他公共资源等应由全体社会成员共同享有，是人类社会经济发展共同所有的基础条件，其公共权利应以维护。

本报告对顺德区商标统计分析与预警保护软件系统对初审公告期的商标是否存在将本区的知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产等公共资源抢注为商标的行为进行监测。初步统计，发现他人存在将本区的知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产等公共资源抢注为企业商标的情形，部分抢注监测结果案例公布如下：

案例 1:

|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测公共资源:                                                                            | 资源管理部门: 顺德区                                                                                                                                                                                                              |
| 容桂                                                                                 | 描述: 容桂街道位于广东省佛山市顺德区南部, 是顺德中心城区的重要组成部分, 面积 80 平方公里, 下辖 23 个居委会、3 个村委会, 常住人口 46.7 万, 其中户籍人口 20.5 万。容桂各项经济、文化建设居顺德区前列, 获得过“全国文明单位”、“中国品牌名镇”、“中国书画艺术之乡”、“中国曲艺之乡”、“中国盆景名镇”、“千亿巨镇”等荣誉称号。现今容桂已形成智能家电、信息电子、医药保健、精细化工、机械模具五大支柱产业。 |
| 监测结果商标:                                                                            | 注册人: 佛山市鼎尖知识产权代理有限公司                                                                                                                                                                                                     |
|  | 类别: 7                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                    | 商品或服务: 制食品用电动机械; 电动制饮料机; 洗衣机; 搅拌机; 包装机; 金属加工机械; 熨衣机; 农业机械; 压缩机(机器); 电动清洁机械和设备。                                                                                                                                           |
|                                                                                    | 异议截止期: 2014/10/12                                                                                                                                                                                                        |

案例 2:

|                                                                                     |                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测公共资源:                                                                             | 资源管理部门: 顺德区                                                                                                                           |
| 乐从                                                                                  | 描述: 乐从位于佛山市顺德区的西北部, 同时位于佛山市中心组团新城区——东平新城的南部。距广州仅 30 公里, 毗邻港澳, 东平河、顺德水道夹镇而流, 325 国道贯穿南北, 水陆交通便利, 信息灵通, 商业发达, 是著名的侨乡, 拥有港澳以及海外侨胞 6 万多人。 |
| 监测结果商标:                                                                             | 注册人: 陈捷彬                                                                                                                              |
|  | 类别: 6                                                                                                                                 |
|                                                                                     | 商品或服务: 金属铰链; 金属合页; 家用金属滑轨; 家具用金属附件; 金属门插销; 磁碰块; 五金器具; 金属锁(非电); 金属滑轮(非机器用); 保险柜。                                                       |
|                                                                                     | 异议截止期: 2014/10/5                                                                                                                      |

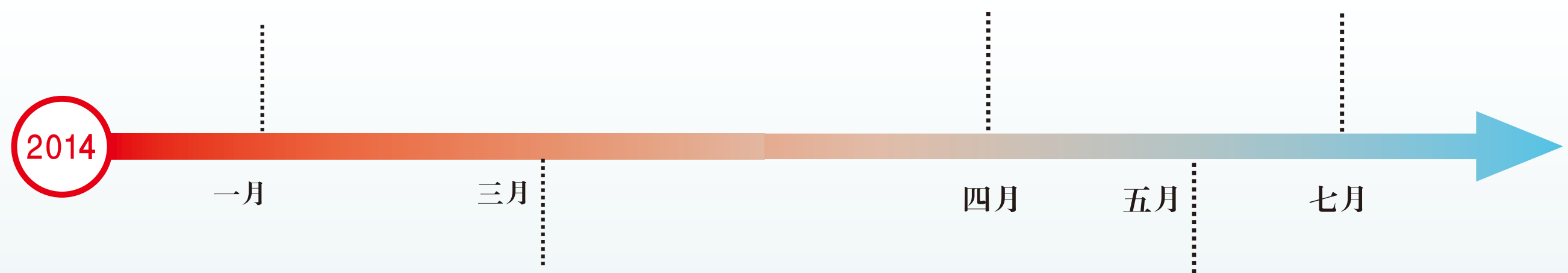
案例 3:

|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 监测公共资源:                                                                              | 资源管理部门: 顺德区                                                                                                                                                                                                                 |
| 顺德                                                                                   | 描述: 顺德区是佛山市五个行政辖区之一。位于广东省的南部, 珠江三角洲平原中部, 由江河冲积而成的河口三角洲平原。东连广州市番禺区, 北接佛山市禅城区和南海区, 西邻江门市新会区, 南界中山市, 邻近深圳市、香港特别行政区、澳门特别行政区等珠江三角洲多个城市, 旅外华侨和港澳同胞超过40万人。顺德曾获得“广东四小虎”、“2013中国百强区第一名”等美誉。顺德位于广佛同城的西南边界、广佛肇经济圈的南部, 是佛山市与广州市联系的重要核心区 |
| 监测结果商标:                                                                              | 注册人: 中山市东升镇顺源电动自行车厂                                                                                                                                                                                                         |
|  | 类别: 12                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                      | 商品或服务: 小型机动车; 摩托车; 挎斗式摩托车; 摩托车车轮; 自行车; 送货三轮车; 三轮运货车; 三轮脚踏车; 电动自行车; 机动三轮车。                                                                                                                                                   |
|                                                                                      | 异议截止期: 2014/9/12 (已过截止期的, 可通过商标无效宣告途径来救济)                                                                                                                                                                                   |

类似以上的知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产及其他公共资源等被抢注为企业或个人商标, 是否会产生不良的社会影响, 损害顺德区的公共利益, 需要进一步分析具体情况并进行评估。本局已提醒相关部门关注该商标的注册程序, 并建议相关管理机构采取更强有力的保护措施, 提升顺德区有关知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产及其他公共资源等公共财产的保护水平。

区镇相关政府部门, 如有需强化监测的公共资源请与我局联系, 联系电话: 0757-22803221。

### 三、2014年顺德区商标品牌战略建设情况



- 新增2件驰名商标，分别是广东港丰电器有限公司使用在塑料管商品上的“港丰”商标和广东浪登服装有限公司使用在服装商品上的图形商标“”。
- 顺德区商标协会召开佛山市顺德区商标协会第一届三次理事会会议。

- 顺德区商标品牌战略表彰大会顺利召开，新增22件广东省著名商标。
- 顺德区商标协会与勒流市监分局共同举办关于新《商标法》座谈会。

- 举办全区市监系统商标业务培训班。



- 顺德区商标协会受邀参加杏坛市监分局表彰大会并为到场企业讲解关于新《商标法》对驰名商标的影响。

- 顺德区商标协会微信公众平台正式上线。



- 顺德区企业品牌维权系列培训班在区市监局举办。

- 2014年省著名商标申报工作培训班在区市监局举办。



- 顺德区商标协会受邀担任陈村总商会商标培训讲座主讲嘉宾。



## 四、顺德区商标品牌战略调研成果展示

### 顺德区域品牌战略现状及发展方向调研报告

（顺德区商标品牌战略领导小组 中国政法大学知识产权研究中心实践基地）

#### 一、概述

##### （一）调研背景

##### 1、品牌战略研究的必要性

提高自主创新能力、建设创新型国家是国家发展战略的核心和提高综合国力的关键，国务院颁布实施《国家知识产权战略纲要》，将知识产权战略上升到国家战略的高度。作为知识产权战略的重要组成部分，品牌战略在建设创新型国家中的作用也日益凸显。

所谓品牌战略是指企业通过创立市场良好品牌形象，提升产品知名度，并以知名度来开拓市场,吸引顾客, 扩大市场占有率, 取得丰厚利润回报,培养忠诚品牌消费者的一种战略选择。品牌战略是现代企业市场营销的核心。从品牌战略的功能来看，一个品牌不仅仅是一个产品的标志,更多的是产品的质量、性能、满足消费者效用的可靠程度的综合体现。它凝结着企业的科学管理、市场信誉、追求完美的精神文化内涵，决定和影响着产品市场结构与服务定位。因此，实施品牌战略是提高企业自主创新能力，增强企业以商标知识产权为核心的市场竞争能力，促进企业持续发展，进而推动经济结构调整和经济增长方式转变，实现地方经济和社会又快又好发展的有力举措。

而作为企业创新成果转化为商品走向市场的重要载体，商标更是提升城市创新能力、促进城市品牌经济发展的重要支撑。促进商标战略实施与经济社会发展深度融合是城市加快建立创新驱动的发展模式、建设中国特色世界城市的必然要求。随着经济的深入发展，商标已由区分商品来源的标志扩展成为企业信用的载体，成为企业形象和竞争力的象征，成为优秀企业走出国门、拓展国际市场的重要竞争手段。以商标注册、运用、保护和管理为主要任务的商标战略，对于推动企业提升自主创新能力、实现产品从价格竞争向品牌竞争转变，具有重要意义。

##### 2、新《商标法》的主要内容及其对品牌战略的影响

基于商标对于促进企业及城市品牌发展的重要影响，2013年5月1日，经十二届全国人大常委会第四次会议审议，新《商标法》得以通过并于2014年5月1日起实施。该法立足我国社会经济发展需要，在简化商标异议程序、增加商标审查时限规定、厘清驰名商标保护制度、加大注册商标专用权法律保护等方面，对现行商标注册管理制度作出重大调整，为新形势下推进商标事业持续健康发展提供了法律保障。

本次《商标法》的修改主要有四大亮点。一是简化商标异议程序。新《商标法》一方面

限定提出异议的主体和理由，明确了对商标注册可以提出异议的理由，从而既减少商标异议的数量，又不妨碍对商标不当注册的监督。另一方面还简化了商标异议程序。根据新商标法规定，商标局认为异议不成立的，就可以直接做出准予注册的决定；二是针对社会普遍反映的商标审查时限较长的问题，增加了商标审查时限的规定，把商标注册审查期限明确为9个月，加上法定公告期三个月，即在新法实施以后，商标注册证的取得时间将由原来正常情况下的一年半或两年缩短至一年内；三是厘清驰名商标保护制度。新《商标法》对驰名商标作出了新的解读，强调驰名商标不是一个荣誉概念，而是一个法律概念，明令禁止企业、生产者、经营者把驰名商标当作推销产品的金字招牌，用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中；四是加大注册商标专用权法律保护。新《商标法》将修改前的法定赔偿最高限额规定为100万元提高到300万元，以进一步加强对商标侵权行为的打击力度，并对恶意侵权实施惩罚性赔偿。

而新法的以上修改内容也势必对顺德地区加快转变经济发展方式，实施创新驱动发展战略，进一步提升商标注册、运用、保护和管理水平，深入推进品牌强区战略产生重要影响。

##### （二）调研计划与方法

本次调研主要是在整理已有文献资料的基础上，以访谈方式进行。以对顺德地区家具行业的调查为依托，通过对政府部门、有代表性的家具企业以及顺德家具行业协会的走访以及对顺德家具市场的实地考察，以分析整个顺德地区的品牌战略发展现状、品牌建设存在的问题、企业的需求等一系列问题，并与其他地区品牌建设现状及相关政策的比较研究，探求适合顺德地区品牌战略的建设之路，以期为顺德地区整个品牌战略的发展提供可行的建议。

##### （三）调研的意义

佛山市顺德区地处广东省珠江三角洲中部，是佛山市辖下五区之一。顺德“两家一花”——家电、家具、花卉——的品牌已经延续多年，三大品牌产业对当地经济的发展以及税收的增加起到了重要的促进作用。

经过20多年发展，顺德凭借家电产业规模庞大、名牌云集、配套完善的优势，成为全国最大的家用电器生产基地，电冰箱、空调器、微波炉、电风扇、电饭煲、电子消毒柜、热水器等十几个家电产品产销量均居全国第一，家用电器工业产值占全国同行业15%左右，创立了美的、格兰仕、科龙、容声、万家乐、万和、康宝、东菱等著名品牌，可谓当之无愧的中国乃至世界的家电制造中心。

而除了家电行业以外，顺德花卉产业也在不断发展壮大，以盆栽柑橘、兰花、盆景和各种果树等名扬海内外。目前，顺德区已成为全国最大的花卉生产基地，花卉种植面积45000亩，其中光陈村镇一镇的花卉种植面积就达23000亩。

除此之外，顺德地区的家具行业经过几十年的快速发展，也形成了可观的产业规模和完整的产业链。乐从镇号称“世界家具之都”，是全国最大的家具集散地之一；龙江则有

“中国家具第一镇”之称，集中了顺德 2/3 的家具厂，共 1200 多家。

然而现阶段，随着原材料价格上涨、能源供应日益紧张等因素的影响，顺德区这些传统产业的优势地位正在不断下降。并且由于在经济全球化背景下，企业之间的竞争已经越来越表现为品牌之间的竞争，一方面是本地品牌之间的竞争有愈演愈烈之势，另一方面是越来越多的外来品牌对本地品牌造成冲击、瓜分市场，因此在面对如此“内忧外患”的严峻形势之下，如何让顺德地区的企业走上品牌战略发展的道路，通过品牌发展提高核心竞争力、带动区域整体经济的持续发展，已经成为顺德不得不面对的问题。

基于以上背景，顺德区市场安全监管局开展“广东顺德区域品牌战略现状及发展方向调研”活动，贯彻落实省政府《关于实施商标品牌战略的指导意见》（粤府办〔2012〕23 号）和市政府《印发佛山市建设国家商标品牌战略实施示范城市工作方案的通知》（佛府办函〔2012〕614 号）文件精神，并通过本次调研，掌握区域品牌发展的现状和需求，从中找出品牌建设工作中存在的不足之处，进而为制定政策提供数据和理论参考，从而推动切合顺德区域经济发展实际需求的品牌战略工作的不断发展，为区域品牌经济营造有利的成长环境，最终提升区域竞争力，引领顺德区产业转型升级。

## 二、顺德区域品牌战略历史与现状

### （一）顺德区域品牌发展历史：

顺德位于珠江三角洲中部，靠近广州，毗邻港澳，面积约806平方公里，辖10个镇街，202个村（社区），常住人口248万人，旅居海外乡亲50多万人。顺德建县于明景泰三年（1452年），1992年3月撤县建市，根据省委省政府的统一部署于2003年1月撤市设区。2012年顺德区全年实现地区生产总值2338.8亿元，增长8%，财政一般预算收入136.5亿元，增长11.9%。

顺德自古以来就是商品经济发达的地区，改革开放以来，在上级党委、政府的领导下，更是以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，充分发挥政策、地缘和人文优势，解放思想，实事求是，改革创新，励精图治，逐步将顺德发展成为新兴的现代化城市，社会经济发展成就显著，人民生活水平逐步提高，区域综合竞争力不断提升，连续多年位居全国综合实力百强县（市）的榜首。

与此同时，经过改革开放30多年发展，顺德逐步形成了家用电器、机械装备、电子信息、纺织服装、精细化工、包装印刷、家具制造、医药保健、汽车配件等支柱产业，这些产业都拥有一批知名的大企业、成长性强的中小企业、成熟的市场网络、著名商标和产品，以及优秀的企业家和管理人才队伍，整个产业链条和配套十分完善，集群经济效应非常明显，竞争力强。而品牌顺德也在不断得到发扬，尤其是区域品牌的推介：从“国字号”的“中国家电之都”、“中国水球之乡”、“中华餐饮名镇——大良”、“中国家电制造重镇——北滘”、“中国木工机械重镇——伦教”、“中国塑料商贸之都——乐从”、“中国家具制造

重镇——龙江”、“中国家具材料之都——龙江”,到世界级的“世界盆景赏石园艺博览之都——陈村”、“国际盆景赏石园艺文化交流中心——花卉世界”……这些品牌树立起顺德的区域形象，进一步提升了城市的综合竞争力。如今，顺德是珠江三角洲中部崛起的新城市，成为全国重要的家电、家具、燃气具和日用品生产基地，素有广东“四小虎”之一的美誉。

### （二）顺德区域品牌发展现状：

#### 1、注册商标、驰名商标、著名商标的现有数量、比例

根据《顺德区人民政府办公室关于印发顺德区实施商标品牌战略工作方案的通知》的要求，顺德区市场安全监管局已于2013年7月在全区推广使用《顺德区商标统计分析与预警保护软件系统》。根据该系统的综合统计，截止到2013年9月30日，顺德区累计有效注册商标48598件，比上年同期增加4688件，增长10.68%，总数在佛山市同级五区中排名第一，比第二名的南海区高出2万余件。其中2012年1月1日到2013年2月28日新申请商标10760件，比2011年至2012年同期增加申请商标1855件，增长比率达20.83%。而在顺德区十个镇街的商标统计中，容桂镇有效注册商标达到14089件、大良镇商标增长率12.51%，两项数据分别为全区最高。

根据统计，在本区累计有效注册商标拥有量中，48598件商标分别由16011个商标注册人持有，其中广东联塑科技实业有限公司拥有有效商标506件，拥有量在全区排名第一。随后为美的电器、伟雄集团、华润涂料、碧桂园、格兰仕、海信科龙、万和、环球制药和康宝等。前十名中容桂镇占据6家，有5家为家电企业。

此外，截止到2013年9月30日，顺德区还拥有由工商系统行政程序认定的中国驰名商标25件，广东省著名商标119件。然而，根据该系统的监测结果显示，在部分驰名商标上，仍存在他人在非类似商品上抢注相同商标的情形，这对本区驰名商标的发展与保护可能存在不利影响。

例如，顺德区广东万和新电器股份有限公司使用在燃气热水器上的“万和VANWARD”中国驰名商标遭李回兵抢注，商品或服务类别为厨房用抽油烟机、烹调用装置和设备、消毒设备等；广东康宝电器有限公司使用在干燥消毒柜上的“康宝”中国驰名商标遭中山市国喜五金生活电器有限公司抢注，商品或服务类别为电炊具、燃气炉、电压力锅等。此外，像乐华陶瓷洁具有限公司使用在座便器和洗脸盆上的“AR-RROW”、广东联塑科技实业有限公司的“联塑L&SE”等驰名商标也遭遇“傍名牌”抢注，分别有“ARROW”、“富苑联塑”等商标出现。

而除此之外，顺德区的某些知名产地名称、知名旅游景点、文化遗产等公共资源也存在被他人抢注为企业商标的情形。如林昆仑在水产罐头、腌制蔬菜、食用油等产品上的“陈村花味鲜”商标抢注的是顺德区陈村镇的名称，而后者作为顺德区下属的镇之一，素有“中国花卉第一镇”、“千年花乡”等美誉。这些情形都有可能造成不良的社会影响，从而损害顺德区的公共利益，需要相关部门进一步分析具体情况并进行评估。



## 2、总体区域品牌发展面临的困境

通过本次调研我们发现，顺德地区总体区域品牌的发展面临着“内忧外患”的困境，一方面是本地品牌之间的竞争愈演愈烈，渐趋白热化；另一方面则是越来越多外来品牌进驻顺德市场，市场单元被瓜分，本地品牌的市场份额越分越少。此外，虽然众多的行业协会也逐步开始意识到集体商标的重要性，但相比注册申报的高涨热情，顺德在集体商标的使用方面却屡屡碰壁。

**2.1 品牌低端竞争激烈，品牌升级缓慢。**从对家具行业的调研可以看到，在顺德地区大多数的本地品牌并未形成品牌效应，而主要集中在中低端市场竞争，而且愈演愈烈。

依托早期建立的商贸地位的优势，顺德成为广东最大的家具生产地。但是长久以来，顺德的家具企业一直游走低端的OEM代理加工层面，大部分是效益很低的小型工厂，生产的家具主要偏向中低端板式家具、软床、办公家具等，产品主要销往中东、国内三四线城市等中低端市场，没有形成自己的品牌效应与规模效应，因此外界对顺德家具的评价渐不如从前。而且随着深圳、东莞家具品牌的迅速崛起，顺德家具在行业中的影响逐渐减小。

并且，在走访乐从家具商城的过程中也可以看到，与2005年以前罗浮宫家具城内大部分家具品牌是顺德本地品牌不同，2005年以后，随着罗浮宫重新装修，定位越来越高端，进驻其中的高端外来品牌越来越多，而顺德本地品牌则逐年减少，如今在罗浮宫几乎看不到本地品牌的踪影；而在一些中低端批发卖场可以看见大量顺德本地家具，而且产品与产品之间没有明显的差异化，品牌与品牌之间也没有突出竞争优势，但是厂家与厂家之间争夺的却是共同市场——中低端市场。这一变化从侧面也显示出目前顺德家具中的高端品牌很少，大部分家具企业未能跟随乐从商贸市场的发展需求走上品牌升级之路。

**2.2 外来品牌加速侵袭，生存挑战重重。**随着乐从商贸地位的发展以及周边产业链的优势，越来越多外地品牌进驻乐从市场。据悉目前乐从的家具品牌有两万之多，几乎聚集了全国各地家具品牌。如此大规模的家具品牌进驻对顺德家具商贸来说是一种向好的发展，但是对本地品牌来说则可能就是一个关巨大的生存挑战。

该挑战主要体现在两个方面。首先，外来品牌较本地品牌具有品牌优势与市场优势。由于本地品牌多是做中低端家具，主要面中低端市场，而外来品牌大部分是做高端家具的品牌，所以本地品牌在高端领域缺乏竞争力。即使是中低端的外来品牌也完全可以与本地品牌站在同一平台上竞争，本地品牌并没有占有本质性的优势。此外本地品牌还有一个致命伤：很多小规模工厂往往以次充好，以伪造产品充斥市场，从而导致外界对顺德家具整体品牌评价越来越差。

其次，外来品牌比本地品牌有更强的危机意识与营销能力。一直以来由于市场环境好又身处全国家具商贸中心，生产的家具根本不愁销路，所以顺德家具生产商大都缺乏营销推广与品牌传播的概念，这是本地家具企业发展的最大软肋。随着微利时代到来，家具行业竞争愈来愈烈，单靠传统的门市销售很难提高销量，这时就需要更多创新的营销手段。深圳、东

莞等外地家具企业清醒地认识到这一点，在做好产品的同时又通过创新形象代言人、网络销售等一系列创新的营销手段扩大品牌的影响力，从而塑造了高端的品牌形象。由此，顺德企业的品牌发展目前已经面临迫在眉睫的转型升级之战。

**2.3 集体品牌监管缺位，暗藏信用株连效应。**目前顺德拥有“顺德家具”、“顺德鳗鱼”、“顺德家电”、“伦敦木工机械”、“伦敦玻璃机械”、“顺德涂料”等集体品牌。依托各具特色以及发展迅速的镇域经济，顺德的集体商标数量一直领跑全国县域。然而，对比注册申报的高涨热情，顺德在集体商标的使用方面却屡屡碰壁，至今仍停留在各类展会以及广告宣传等传统领域，较少真正应用到商品本身。缺乏合理的监管机制，不能满足不同企业的需求，是集体商标应用走向深入的最大困境。相比急需依靠集体品牌打开市场的中小型企业来说，已经具备一定知名度及规模的大型企业往往对集体商标持消极态度。由于集体商标集体注册、集体使用的性质，一旦部分企业在使用过程中出现了质量问题，势必会“株连”到其他使用集体商标的企业，尤其是大型企业多年的质量信誉和品牌形象将遭受巨大损失。正是由于信用株连效应，大企业不愿意搭理集体商标，而稍有能力的中小企业也宁愿走自创品牌之路。这就要求顺德政府、企业、媒体和消费者共同参与到对集体品牌的监管机制中。

## 3、企业的品牌意识及品牌规划现状

通过本次针对家具行业的实地调研以及对以往顺德地区企业品牌发展状况的梳理，我们发现，由于经济全球化的不断发展、市场竞争的急速加剧，企业之间的竞争开始由传统的生产能力、价格竞争转向企业形象竞争、品牌竞争。在此情形下，很多的大型企业都在着手实施品牌战略，并取得了相当的成效，但多数中小企业却还未充分认识到品牌战略的重要性，对企业品牌的保护意识较弱，也缺乏系统、长远的品牌发展规划。它们由于自身生产能力、资金实力等方面的限制，管理者往往更热衷于追求短期利益，而对建设周期较长、资金投入较大的品牌建设表现冷淡。

**3.1 大型企业品牌意识较强，注重自身品牌建设规划。**本次调研我们走访了罗浮宫家居集团，作为中国家居行业的龙头企业，罗浮宫家居集团多年被评为“中国家具产业十大渠道品牌”，而在2010年1月，“罗浮宫”更是被认定为“中国驰名商标”，这也是顺德区家具行业唯一的一件驰名商标。

通过访谈我们得知，罗浮宫家居集团十分重视品牌建设工作，罗浮宫家居集团有专门部门负责商标的注册、续展和维权等一系列工作，并加入了顺德区商标协会。

与此同时，由于新《商标法》于2014年5月1日开始实施，届时驰名商标将不能用于商业宣传等一系列新规将对企业产生较大影响，因此罗浮宫家居集团法务部门的工作人员也正在加紧学习新《商标法》，以寻找应对策略。并且在访谈中，负责商标工作的朱经理还对声音商标表示了浓厚的兴趣。

**3.2 中小企业品牌意识较弱，缺乏长远品牌建设规划。**本次调研我们还走访了乐从家具商城的多家中小家居销售企业。通过对这些企业工作人员的访谈我们发现，相比罗浮宫家居集团等大型家居企业较强的品牌危机意识，中小企业对于品牌的发展并不如此重视。他们更多的反映为品牌建设周期太长、相应的投资太大，投入与产出比例并不协调，无法达到产出比最优，因此他们并不愿意将更多的时间和精力投入到自身品牌的加强上面。

并且，在乐从家具商城，大部分中小家具企业做的还是“贴牌生产”，企业并没有自己的品牌，或者说是有了品牌也没有将其发展壮大，企业的利润来源还停留在赚取加工费的低级阶段。这主要是由于大多数家具企业经济实力较为薄弱，斥巨资通过媒体广告推广品牌效果不见得理想，加之推广品牌并非一日之功，盲目的急功近利式推广可能导致企业盈利能力下降，因此大多中小企业对品牌建设仍持保守态度。而“贴牌”的生产方式根本不用生产企业进行对新产品的研究和创新，这可以在短时间内节约企业的生产成本。并且在这之中，即便个别中小企业展现出对品牌发展的兴趣，但也更多的只是试图通过概念化的炒作来达到短期营销目标，它们制定的品牌策略缺乏长远规划，难以取得品牌战略建设应有的实效。应该看到，这种做法只会导致生产企业沦为其他企业的加工厂，而使其自身大大丧失在经济发展中的主动地位和与其他企业谈判的砝码。

#### 4、品牌战略在企业发展中的作用

在市场竞争日趋激烈的经济环境中，绝大多数企业的营销阻力加大，利润普遍降低，商品的平均盛名周期缩短，新产品的市场导入频繁，对于企业而言制定品牌战略愈来愈体现出其重要性。调查表明，一个知名品牌通常能将产品本身的价格提高 20%—40%，甚至更高；而没有品牌或是品牌知名度较低的企业则往往面临被市场淘汰的威胁。因此，企业制定和实施品牌战略是社会营销观念的当然要求，也是其立足现代社会的必要理念。品牌战略在企业发展中所起到的作用通常表现为以下方面：

**4.1 品牌战略可以树立良好的企业形象。**良好的企业形象是企业的一项重要无形资产，也是企业在市场竞争中取胜的有力武器。品牌战略则与企业形象息息相关，知品品牌往往就是企业形象良好的具体证明。它有助于企业形象的改善，而良好的企业形象也有助于品牌战略的实施，二者相互促进，相互保障。

**4.2 品牌战略有助于提高企业的经济效益。**在投入阶段，企业通过利用品牌无形资产的优势可以降低成本，如低价采购、低成本筹资等；在销售阶段，企业则可以通过利用品牌战略来提高单价和销量，从而增加销售额和利润总额。这种潜在的品牌效应是企业经营过程中应当很好利用的有价值资源，其使用并不逊于有形资产的作用。

**4.3 品牌战略可以提高员工向心力。**品牌战略是企业文化的一部分，也是增强企业凝聚力的粘合剂。一个具有知品品牌的企业在内部组织管理中更容易统一意志，协调行动。企业员工的团队精神和对企业的忠诚度也可通过品牌战略而培养提高。品牌战略还可提高员工

精神上的满足感和归属感，更能调动职工积极性，提高劳动生产率。

**4.4 品牌战略可以促进产品销售。**在残酷的市场面前，谁能实现产品由生产领域到消费领域的跳跃，谁就能占领市场。品牌战略作为一种促销手段可以让消费者日益认识到品牌的价值之所在，对品牌越来越情有独钟。调查表明，品牌产品的市场占有率和销售额都高于非品牌的同类产品。

**4.5 品牌战略是区域经济发展的龙头。**品牌战略可以振兴一方经济发展，使地区优势得以发挥，并以品牌企业产品为核心，形成“互联网络”。借品牌产品的名气，提高地区知名度，树立地区形象，改善本地区内引外联的软环境，促进区域经济整体发展。对企业而言，也可以形成品牌产品系列，促进相关产品的崛起。

总之，作为现代企业市场营销的核心，实施品牌战略不仅有利于提高企业自主创新能力，增强企业以商标知识产权为核心的市场竞争能力，促进企业持续发展，还能够推动经济结构调整和经济增长方式转变，实现地方经济和社会又快又好发展。

#### 5、企业应对商标侵权的情况

商标权作为知识产权具有知识产权特有的垄断属性。商标所有人受保护的基本权利就是防止第三人使用其商标的专有权。顺德作为制造名城，众多品牌在国内外市场均享有盛誉，然而这也导致许多“傍名牌”、“打擦边球”等商标侵权现象发生，且呈现出愈演愈烈之势。

以顺德地区家具行业为例。在调研过程中，我们发现，大型企业对商标的重视性程度普遍较高，针对商标侵权行为通常会采取比较积极的应对手段，但由于客观原因等的限制，效果并不十分理想。在对罗浮宫家居集团朱经理的访谈过程中我们得知，作为全国知名的企业，罗浮宫每年都面对大量的商标侵权问题。一方面，在实体店侵权方面，罗浮宫家居集团并未在顺德之外的其他任何区域授权代理商或加盟商，然而每年打着“罗浮宫”旗号进行宣传的家具销售商城却有很多，其中以江浙、云南等地的侵权情况尤为严重。为了应对这些侵权行为，罗浮宫家居集团每年都要到全国各地进行大量的维权诉讼。该公司表示，由于地方法院的地方保护主义严重，诉讼途径周期较长，处罚力度太小、赔偿金额太低等一系列问题，维权效果并不是很理想，企业正试图寻求更好的途径解决实体店侵权问题。另一方面，对于电商的侵权，企业更加显得一筹莫展。由于网店缺乏相应的核准机制，难以做到对其进行有效的监控，因此侵权情况常常具有隐蔽性、难以被察觉，而即便发现电商侵权，由于相关法律法规的不完善，企业维权也缺乏相应的依据。

访谈公司谈到，侵权多、维权难这一系列问题的原因有以下几点：全社会对商标权利的关注、尊重程度低，很多大品牌企业侵犯他人权利的现象也很普遍；而相关的法律法规并不完善，加大了维权的难度；令企业放心的商标代理机构难寻，代理机构在为企业打造商标规划的过程中过多考量自身利益而损害企业利益。她希望政府和商标协会致力于健全监管法规，完善商标维权体系；针对网络平台，能规范网络环境，减少网络侵权。



而除此之外的众多中小型企业，面对自身资源有限、维权成本颇高、打假效果不甚理想的现实，即便对商标侵权行为的危害性有一定认识，但在应对侵权状况时态度却仍较为消极，有时甚至听之任之，更助涨了不法者的嚣张气焰，严重损害了企业的合法权益。例如，顺德区家具协会的麦秘书也证实，随着市场经济的发展和法律知识的普及，现在家具企业的维权意识与以前相比已有了很大提高，一些较大型的企业如联塑集团早已设置了专门团队负责商标的管理工作，但由于家具生产企业多以家族生意为主，生产规模较小，整体的商标权维权意识还比较薄弱。

但是，对于电商销售渠道，与罗浮宫不同的是，顺德家具协会认为这是家具行业发展的大势所趋。乐从家具城规模之大可谓闻名全国，但正由于其规模之大、家具种类之多，若要在此挑选中意的产品往往需要花费大量的时间和精力。而网购则具有针对性强、方便快捷等优点，可以大大弥补实体店的不足，为诸多消费者所青睐。但不同于其他小商品的网上销售，由于家具运输成本高、运输途中损坏可能性大、退换货成本损耗大等原因，家具行业要发展电商也面临着诸多棘手的问题。因此，麦秘书认为，家具行业发展电商是挑战，也是千载难逢的机遇。

而在家具协会的会员中，也已有成功拓展电商销售渠道的案例。佛山市致胜威家具有限公司位于顺德龙江，是顺德区家具协会的企业会员单位，顺德区第二批电子商务示范企业，23 家入围企业中的唯一一家家具企业。致胜威家具于 2011 年末开始发展电商，短短两年时间，线上月销售已超过 250 万人民币，远超线下销售。2011 年，由于经济危机的影响，企业出口受阻，致胜威家具开始转战电商，组建起有 3 人组成的电商部，在淘宝建立店铺。但由于缺乏经验，初期的业绩寥寥无几，几乎入不敷出。但经过一段时间的坚持摸索，在积累一定经验后，公司又进驻 QQ 商城，扩充团队。由于先前经验积累，店铺装修和产品图片质量大大提高，又恰逢年末销售高峰，营业额开始逐步攀升。到 2012 年秋季一周年时，销售规模已上 10 万，积累了不少电商经营的经验。公司除保障质量外，还着力根据用户反馈开发了系列新产品，并自建物流数据库，搜寻每条线路上评价最好的物流公司。此时，恰逢京东首开家具类目。由于致胜威家具主要以欧式简约风格设计为主，与京东使用人群重合率高，公司综合考量自身情况，迅速入驻京东。在 2013 年年初，致胜威家具的电商团队已拓展到 30 人，而在京东平台上线的首月，销售额就达 26 万，至 6 月份，线上销售超过线下，截止到 8 月份，致胜威家具线上销售已达 250 万人民币。公司正致力于整合线下资源，使销售商承担起送货、安装、维修等职能，在线上线下的配合下，使公司的销售业绩取得进一步的突破。

与此同时，值得注意的是，随着 2013 年 4 月佛山市顺德区商标协会的成立，在该协会组织活动及宣传交流下，顺德区企业对商标侵权行为提高了重视，也更加了解了国家有关商标的法律、法规和政策以及如何正确运用商标战略策略、提高商标管理水平。并且，顺

德区商标协会还通过给协会会员企业提供商标法律事务服务、商标预警告知服务，定期组织外出联合打假行动、开展国内商标界交流活动等，严防会员企业商标被恶意抢注、促进行业内企业的互动合作、更好地维护了企业的合法商标权益。而在与政府部门和企业的互动中，该协会也起到了良好的桥梁作用，一方面向政府反映会员企业的意见和建议，另一方面也协调与政府部门的沟通，争取为会员企业提供更多的政策优惠和绿色通道，使得企业在应对商标侵权行为时不再措手不及。

### 6、行业协会的作用

行业协会作为一种中介性质的协会，它通常是由法人、其他协会或公民在自愿基础上组成的一种民间性、非营利性的自律组织，是随着商品经济发展为避免同行业企业盲目竞争以维护整体利益和市场秩序而依法组织的法人社团。它在知识产权保护中具有“行业自律、行业维权和行业助跑”的战略地位，是保护企业知识产权的第一线力量。

由于我国改革开放以来，社会经济组织结构由原来简单的政府——企业的二元结构向政府——中介组织——企业的复杂多元的链式结构延伸，行业协会也越来越凸显其在协调行业内企业之间、行业之间以及政府与企业之间关系的纽带作用。政府制定的知识产权战略一般要通过行业协会贯彻到会员企业；而会员企业则要通过行业协会来反映自己希望政府配合制止侵权行为的愿望和要求。在知识产权保护中，政府、行业协会、企业互有分工、各尽其职、互相配合，才能共同构建起一个全方位的立体知识产权保护体系。

在此次调研过程中，我们走访了顺德区家具协会。该协会成立于 1997 年 8 月 18 日，位于顺德区龙江镇，目前会员企业已达 300 多家。近年来，顺德家协为推动家具产业的转型升级，先后组建了“龙家居”、“盛世合兴”等投资股份有限公司，成立了“顺德家具品牌联盟”；“家具原辅材料商联盟”；并与顺德家电商会以及乐从家协成立了“泛家居联盟”。

在访谈中，我们了解到，顺德区家具协会一方面为会员提供经济、商贸情况的信息、促进会员之间的技术交流与合作，代表会员及时向政府有关部门提出合理化建议、反映行业和会员的诉求、提出政策立法方面的建议；另一方面也加强与同行业、友好商会（协会）及上级部门的联系沟通，协助政府有关部门开展本行业生产秩序整顿工作、打击假冒伪劣产品，以维护行业内的公平竞争，从而有利地协调了政府和会员企业之间的关系。

此外，在推动家具企业的自主品牌建设方面，顺德家具协会还展开了一系列工作：协会有专门的团队负责广泛宣传商标，创造条件帮助企业申请著名商标；同时针对企业展开针对性培训，宣传国家有关行业和商标权保护方面的方针、政策、法规，帮助企业认识到商标权的重要性；此外协会正在与深圳软件公司商谈合作事宜，以期加大顺德家具在网上的宣传力度；协会还在积极探索品牌超市的建设，试图通过商标交易实现企业无形资产的增值。

### 三、顺德区域品牌发展战略规划分析

#### （一）顺德地区政府政策与现状之间的关系分析

##### 1、顺德区政府近期的相关政策

为了推进顺德区品牌建设工作，发展区域品牌经济，营造有利于自主品牌建设的政策环境，推动更多顺德品牌向国家品牌、世界品牌跃升，加强政府服务的针对性和有效性，围绕顺德区委、区政府“城市升级引领转型发展”战略目标，并结合顺德区当前综合改革等，顺德区政府近年来发布了《顺德区实施商标品牌战略工作方案》、《顺德区实施商标品牌战略扶持资金奖励办法》等系列文件，制定了顺德区域品牌建设相关政策，同时开展了有关区域品牌战略的工作，具体有：

**1.1 强化组织领导、搭建服务平台。**成立顺德区实施商标品牌战略领导小组，指导全区商标品牌战略工作，领导小组下设办公室，负责商标品牌战略工作的具体开展；组建顺德商标协会，在商标主管部门指导下开展工作，承担我区商标品牌战略中非政府职能方面的工作；在区实施商标品牌战略领导小组的架构下建立各成员单位联席会议议事制度，组织、协调、指导全区商标品牌战略工作的实施；针对区外制假售假相对集中的地区、展销会和专业市场（含网络市场），制定市场安全监管部门及其他相关成员单位与我区驰、著名商标企业联合打假制度；投资建立和完善顺德区商标预警保护与服务系统，便于实施监测预警并及时提醒相关主体采取应对措施；建设专门网站，普及商标法律知识，动态展示我区名优企业风采。

**1.2 加快品牌培育体系建设。**通过各镇（街道）商标品牌战略实施专门机构推荐，按照“准备一批、发展一批、成熟一批”的原则，建立品牌梯队，由政府给予奖励支持；强化对中小微型企业在商标注册保护方面的服务指导力度，帮扶小微企业；积极与行业商会、专业协会等合作，继续推动我区集体商标和证明商标的注册工作，并加强保护与宣传，提升区域品牌知名度和影响力；强化农产品商标和地理标志注册的宣传和政策引导，鼓励发展农业品牌经济，扶持现代农业；建立健全重大经济活动商标产权审议制度，支持区科技和质量奖励项目，促进形成核心自主知识产权；利用区商标综合预警平台，运用商标品牌战略运营思维推动我区文化产业发展；引导企业积极进行商标国际注册，逐步提高自主商标商品出口比例，鼓励企业积极应对海外商标纠纷，提供畅通海外维权投诉和救助渠道。

**1.3 优化商标发展大环境。**通过广泛运用广播报刊电视台、搭建协会商会平台及组织学习考察活动等，普及传播商标法律知识，提高全社会的商标意识；在主流媒体和户外媒体上投入商标公益宣传和动态宣传，策划商标战略专题报道，搭建对外宣传平台；建立企业商标档案，强化商标行政指导，通过加强对商标代理机构和商标评估机构的监督管理，提升商标服务质量和服务水平；加强商标管理队伍建设，加强对企业的商标行政指导和服

识产权专家的意见。

**1.4 提升区域品牌。**组织开展“一镇多品”区域品牌创建或推广工作，创建推广全区性的区域品牌，分级推动区域品牌发展；建立“企业、协会、政府”综合管理机制和以行业协会为载体的集体商标管理机制，规范企业商标使用，控制企业产品质量；引导企业实施商标品牌战略，规范商标使用和管理，规划品牌发展蓝图。

**1.5 强化商标权益保护。**坚持日常监管和专项行动相结合，加大对商标违法行为的查处打击力度和对驰名商标、著名商标、集体商标等的保护力度；充分利用商标联席会议的统筹协调机制，建立相关部门之间的商标执法联络机制和定期沟通制度，完善行政执法与刑事司法之间的案件移送机制和信息沟通机制，形成联合执法协调机制和快速反应机制；引导、鼓励企业充分运用知识产权边境保护措施，严厉打击进出口环节中的知识产权侵权行为，加大商标海关保护力度；发挥行业协会和商标协会的自律维权作用，妥善解决行业内的商标纠纷，依法维护会员的整体利益。

##### 2、顺德地区政府政策的主要成效与不足

可以看到，目前在顺德区政府相关政策的指导和社会各界的努力下，本区品牌战略工作的法治环境、市场环境和文化环境正在逐步改善，商标注册数量有大幅增长，商标内在质量也在稳步提升，市场主体的商标运作能力不断增强，品牌监管执法体系日益完善，商标专用权进一步得到有效保护。

但是，不容忽视的是，本区的品牌战略工作仍存在一些问题与不足。首先，商标的长效保护机制有待进一步健全。销售侵犯高知名度商标商品的行为时有发生、屡禁不绝，经营者诚信缺失和监管不到位，成为影响打击商标侵权行为成效的主要原因之一；其次，商标的质量有待进一步提升。目前，能体现顺德经济地位与实力、具有国际竞争力的高知名度自主商标总体上比较缺乏，而且顺德的注册商标、知名商标比较集中在生产制造领域，服务领域、文化领域的商标相对偏少，与顺德加快发展现代服务业和文化大发展大繁荣的要求不相适应；再次，商标的运作有待创新发展。商标的闲置、分割状态依旧存在，企业及老商标的潜力尚未充分挖掘、振兴老商标的相关工作尚未形成合力，商标市场化、资本化、国际化运作的进展比较缓慢；最后，商标的专业人才队伍建设有待加强。目前商标专业人才数量不足，尤其是高层次的商标专业人才比较缺乏，与顺德建设商标运作中心的目标仍有较大差距。商标专业人才的培养途径还有待进一步拓展。

##### （二）顺德与其他地区政策比较

###### 1、青岛区域品牌战略特点

青岛拥有以海尔、海信、澳柯玛、青岛啤酒、双星“五朵金花”为代表的一系列知名品牌，是地方品牌战略建设较为成功的典范。其区域品牌建设有如下特点：

第一，青岛在“名牌带动，品牌兴市”战略的引导下，实行“政府为主导、企业为主体、



市场为先导、专家做指导、全社会参与”的五位一体创新体制。政府积极实施宏观调控，并推出了一些列有力政策，为企业品牌的建设提供支撑。在经济形势瞬息万变的情况下，保持政策的延续性和稳定性，整合优势资源，调动各方积极因素，为企业的发展营造了良好的氛围。

第二，重点扶持优势产品、优势企业，鼓励、扶持企业创名牌。走从名牌产品，到名牌企业、名牌行业、名牌产业，再到名牌产业集群、名牌城市的路线。以龙头企业为核心，充分发挥其带动作用，积极发展配套企业，进而形成品牌产业集群。进而将品牌效应延伸至政务领域，形成政务品牌群，实现由品牌经济向品牌城市的转变。

第三，青岛从2004年开始复兴诸如崂山可乐等老品牌，组织专家对一些老品牌进行梳理归类，有序恢复生产，着重提升这些品牌的技术含量和附加值，成功实现了一系列老品牌的复兴之路。

第四，在2009年金融危机到来之际，青岛还推出利用注册商标专用权进行质押的新政策，为企业拓宽融资渠道，在有效解决企业资金链问题的同时，使品牌的价值得到了有效体现，实现了品牌效益的良性循环。

## 2、宁波区域品牌战略特点

宁波的品牌建设主要有以下几个特点。首先，产业集群发展、高度聚集，有利于吸引外部的供应商进驻、有利于吸引优质人才形成相关人才库，进而形成完整产业链条，促进经济发展的良性循环；其次，以龙头品牌、骨干企业为主体，充分发挥其典范、示范作用，形成品牌簇群；第三，政府出台相关政策，大力扶持和引导企业的品牌建设，规范市场秩序、实现有序竞争，为区域品牌战略的实现营造良好的政策环境和社会环境；第四，通过区域营销，提升地方品牌的整体形象，营造政策环境和社会环境；第五，充分发挥行业协会的作用，根据行业自身的特点，进行自我监督、自我管理，为本行业发展的规范化提供了有力的支持。但是，宁波的区域品牌战略还存在一些不足，如品牌的认定多由政府进行，而相关品牌的市场影响力、美誉度有待提高；各品牌没有显著的共同核心因素，不能合力体现地方特色、起到地方标签的作用，整体建设水平仍需提高。

## 3、深圳区域品牌战略特点

2011年，深圳市政府发布《深圳市创建国家商标战略实施示范城市工作方案》，旨在加大实施商标战略力度，努力将深圳创建成为国家商标战略实施示范城市。围绕该方案，可以发现深圳区域品牌战略主要有以下特点：

首先，初步建立科学高效的商标管理工作机制和商标公共服务平台，提升企业注册、运用、保护和管理商标的综合能力，使商标的社会认知度有较大提高；其次，完善企业商标管理制度，建立企业自我保护机制，扶持区域品牌发展，树立深圳产业和深圳质量的品牌形象，进一步完善商标保护的法律环境、商标管理和行政执法体系，保证商标投诉渠道畅

通，行政执法与刑事追究衔接顺畅，使商标权利人得到充分保护、侵权人受到有效制裁；再次，壮大商标权保护的社会力量，增强行业协会、中介组织、新闻媒体、广大市民的商标保护意识，使企业自我保护、行政保护、司法保护和社会保护相结合的商标保护体系基本形成。

与此同时，深圳市还制定了《深圳市促进知识产权发展若干规定》、《深圳市知识产权与标准化战略纲要（2011—2015）》，修订《深圳市知识产权专项资金管理办法》，将商标纳入专项资金资助范围，研究制定网络商标知识产权管理办法，为电子商务发展提供保障；通过建立商标交易平台、完善商标预警服务等多种方式，着力打造公共服务平台；提供政府直通车便利服务，加快自主品牌和区域品牌发展，探索建立商标权质押融资制度，配合已建立的有财政资金参与的担保再担保风险补偿机制，切实解决中小企业融资难问题，以提升该市广大企业的商标运用和管理水平。

## 4、南京区域品牌战略特点

南京的区域品牌建设主要体现在加大政策指导激励力度、加大商标战略推进力度、建立重点培育辅导机制、强化商标战略宣传引导、建立跨地区商标保护联动机制等方面。

首先，南京将商标发展和保护纳入全市经济社会发展的总体工作，建立了商标战略实施经费专项预算和拨付制度。市财政和各区县政府根据自身实际情况，对争创驰名、著名商标分别相应地制定了具体的奖励政策和激励措施，发展品牌经济提供强有力的政策支持，有效提升了企业主动性，促进了品牌战略的实施。

其次，南京围绕全市商标品牌战略的实施，不断创新服务举措，前移服务平台，整合各方力量，针对不同的地区进行分类指导、实施针对性的商标战略。并围绕发挥“南京创造”的优势，重点推进高新技术产业和新兴产业的品牌发展。在推动企业持续发展的基础上，还紧跟城市产业园区建设，大力发展南京园区产业集群的品牌，加快全市特色优势产业品牌的集聚。

再次，针对部分企业品牌意识弱、创牌主动性不强的现状，南京市政府建立了重点企业商标培育辅导机制，通过“一所一标”制度的建立，使每个工商所都承担起商标培育发展工作，有针对性地解决重点企业户遇到的商标问题。

此外，南京还注重发挥政府职能作用，强化商标战略的宣传引导，为企业品牌的发展壮大营造良好的社会氛围，以激发企业争创驰、著名商标的内在动力。并利用政府网站和城市公告媒体等资源、拍摄制作专题节目、印制商标知识宣传手册等，提升广大企业争创驰、著名商标和商标注册的意识。

最后，针对企业商标在外地遭遇侵权的现象，南京市政府积极搭建商标保护协作网络，建立跨地区商标保护联动机制。在15个城市工商部门之间建立起跨地区的商标保护联席会议制度和跨地区商标保护联动机制，加大相互间的配合，推进监管资源的共享，实现了商



标监管执法效能的最大化，为企业营造良好的商标发展环境。

### 5、北京区域品牌战略特点

为充分发挥商标战略在促进首都经济发展方式转变中的重要作用，全面提升北京市商标注册、运用、保护和管理水平，有效推动首都品牌经济发展，北京市人民政府于**2013**年制定了《北京市人民政府关于深入实施商标战略推动首都品牌经济发展的意见》。根据该意见，以提高首都企业自主创新能力和区域经济核心竞争力为目标，北京区域品牌战略的实施呈现出以下特点：

首先，依托品牌战略带动产业结构升级，服务首都经济发展方式加快转变。引导服务业企业实施品牌连锁经营，扩大市场份额，提升品牌知名度；引导制造业企业通过实施子品牌战略，细分市场需求，使品牌价值不断延伸；引导中小企业通过注册培育自主品牌，扩大企业影响力，提升品牌附加值和竞争力；引导拥有知名品牌的企业进行品牌重组，促进企业品牌做大、做强；引导出口型企业进行商标国际注册，扩大自主商标商品的国际市场份额，。

其次，打造自主创新品牌，服务首都创新驱动。北京市充分发挥商标在服务创新方面的载体作用，引导人才、资本、技术等创新要素向企业聚集。积极发挥中关村国家自主创新示范区先行先试的优势，开展对重大科技项目品牌的注册、运用、管理和保护全流程服务，进一步增强其在打造自主创新品牌方面的示范引领作用，辐射带动全市科技创新水平的提高。同时，北京市还充分发挥中关村国家自主创新示范区“商标事务处理快速通道”的作用，为企业提供一站式、全方位、高质量的服务。组建科技创新企业的品牌战略联盟，通过产业链龙头企业吸引专业化中小企业和名牌企业，以品牌资产进行重组兼并的模式，形成名牌产业链和名牌产业群，辐射带动相关配套企业的品牌集群发展，扩大品牌经济规模。

再次，积极培育文化品牌，服务首都文化创意产业发展。一方面，北京市充分发挥首都的文化资源优势和独特区位优势，积极推动文化产业集聚区和文化创意产业基地的品牌建设，着力打造一批代表首都形象的文化品牌以及具有首都特色的文化产业集群品牌，使文化产业取得创新发展，不断提升首都文化软实力。另一方面，北京市还不断加大对老字号企业在商标注册、运用、管理和维权等方面的指导力度，鼓励其运用商标战略参与市场竞争，通过引导其实施特许经营、品牌合作等品牌发展战略，提升老字号商标的品牌价值，促进老字号企业可持续发展。并且，北京市积极开展公共历史文化资源商标的保护和调查摸底工作，推动区县府组织开展公共历史文化资源商标注册工作。市工商部门协同相关行业主管部门，研究出台《公共历史文化资源商标注册与保护目录》，建立奖励机制，制定鼓励发展政策，大力推动公共资源商标注册、防御性商标注册与保护工作，引导文化资源有序发掘和利用。

此外，依托农产品商标和地理标志带动农业产业结构调整，服务首都城乡一体化发展。指导农民专业合作社、涉农企业实施以农产品商标为核心的产业化经营模式，提高农民进入市场的组织化程度；依托集体商标带动首都休闲农业、观光农业的发展，打造京郊特色产业品牌；引导和鼓励地理标志产品证明商标的注册，切实保证地理标志产品的特色质量，加强对地理标志产品专用标志使用情况的检查，促进具有首都特色的自然、人文资源优势转化为品牌和市场竞争优势。

最后，将商标战略融入区域经济发展大局，服务区域特色经济发展。支持各区县围绕区域发展战略，积极做好商标战略和区域产业政策、科技政策、贸易政策等的有效衔接；发挥商标在集聚要素、整合资源等方面的重要作用，把区域的资源和产业优势转变成品牌优势；充分发挥驰名、著名商标的引领带动作用，推动区域品牌经济的整体发展；推动商标战略的交流合作，使其成为推动企业发展和拉动区域经济增长的重要推动力。

### 6、成都区域品牌战略特点

品牌影响力是一个城市综合竞争力的集中体现。近年来，成都市高度重视商标战略，把实施商标战略作为增强区域经济竞争力的重要抓手，建设品牌经济，打造品牌成都。它的区域品牌战略呈现出以下特点：

一是整体联动、统筹推进商标战略。一方面，成都市通过强化“政府主导、部门协作、企业自主、行业促进、社会参与、市场运作”相结合的工作格局，促进了品牌数量和质量的整体提升，加快和延伸了产业链向研发设计和品牌营销两个高端发展；另一方面，成都市还建立联席会议制度来提升商标战略实施力度。自此，该市商标战略工作从工商部门行为提升为政府主导行为。同时，农业、经信、商务等部门把商标战略纳入三次产业政策，形成了商标战略与产业发展紧密融合的工作格局。

二是优化环境、促进商标品牌发展。首先，成都市在相关产业政策中明确了对驰（著）名商标和地理标志的奖励扶持措施，为实施商标战略提供了有力的政策支持。同时，积极完善政策协调共享机制，系统地汇编全市各类品牌扶持政策，通过政府门户网站、政务服务窗口、企业服务中心等进行发布；其次，成都市通过多形式、多渠道地开展商标知识讲座、大企业争创驰名商标研讨、马德里国际注册讲座、地理标志及农产品商标运用管理讲座、商标维权案例评析、企业品牌合法权益保护培训、品牌企业经验推广等一系列培训指导活动，有效增强了企业商标意识，促进了商标注册快速增长；此外，成都市还通过整合电视、报刊、网络等媒体资源，召开专题新闻发布会、主持重点企业商标战略座谈会等，以品牌宣传为抓手，营造良好社会氛围；最后，成都市以扶优扶强为目标，努力培育驰（著）名商标。该市有针对性地确定一批大企业大集团以及成长型中小企业作为重点扶持对象，并按照成都市著名商标、四川省著名商标和中国驰名商标三个梯度进行滚动培育，促进主导产业和优势产业品牌升级，加强新兴产业品牌建设。建立不同层面的领导定点联系、

部门会商、专家会诊等制度，对驰名商标申报企业进行“一对一”指导，搞好跟踪服务。组织相关职能部门开展联合回访，帮助重点培育企业和驰（著）名商标企业解决商标注册、管理、运用和保护难题，支持企业发展壮大。

三是提升效益、打造品牌产业集群。一方面，成都市以拓展市场为突破口，大力扶持商标推广运用，把驰（著）名商标企业（产品）编制进入《成都市地方名优产品推荐目录》，面向市场推广。并且还以驰（著）名商标为重点，充分发挥商标价值。市品联办积极指导企业采取知识产权作价入股、质押、转让等资本化运作途径，拓宽实现商标价值的新渠道。另一方面，成都市以地理标志为纽带，积极实施商标富农工程。并以工业园区为载体，推动规模企业商标运用。市政府印发了《关于深化工业集中发展区品牌战略工作的实施意见》，把推进全市工业集中发展区商标战略实施作为“十二五”时期的一项重要任务，明确了相关部门和区（市）县政府、工业园区管委会的职能职责和工作举措。全市21个工业园区和5个农产品加工区设立了国家商标战略实施工作站，编发《成都市工业集中发展区品牌工作服务指南》，积极指导重点行业、重点企业建立健全商标管理制度，加强商标运用，发挥商标功能，促进企业发展。

#### 四、顺德地区品牌发展战略的政策建议

为进一步落实国家工商总局和市政府关于贯彻实施国家知识产权战略纲要的部署要求，深入实施顺德地区品牌战略，推进顺德地区创新驱动、转型发展，在总结本区现有品牌发展战略的经验与不足的基础上，综合比较青岛、宁波、深圳、南京、北京、成都等区域品牌战略，本课题组对顺德区域品牌发展战略提出以下建议：

**（一）促进商标工作的政策法规体系进一步完善，营造有利于商标发展和保护的法治环境。**结合产业政策、科技政策、贸易政策、人才政策等，支持制定并实施各种有利于商标发展和保护的政策措施，支持建立完善各种激励机制；加快制定并组织落实商标质押融资与评估管理的相关政策措施，建立统一、科学的商标评估体系，为中小企业融资提供便捷、高效的服务。

**（二）继续促进商标数量增长、结构改善，并大力提升商标内在质量，实现商标从量到质的突破。**鼓励企业在依法注册和培育商标的同时，着眼于转变发展方式，着力于提高商标的使用率，大力开发利用商标的内在价值，有效提升商标的信誉、知名度和附加值，从而提高企业的市场竞争力和经济效益。同时，积极发挥中国驰名商标、广东省著名商标对本区商标发展的引领作用，使本区成为高知名度商标的集聚地。

**（三）完善品牌保护机制，营造公平有序的市场环境。**强化品牌保护制度建设，构建以企业诚信自律为主体、行政和司法保护相结合、社会公众广泛参与监督的品牌保护体系。加强法制宣传，大力倡导责任、诚信的价值取向，增强全社会保护知识产权的意识。进一

步完善品牌保护工作的体制机制，更加注重常态和长效管理，依法保护各类合法注册的商标，严厉查处生产流通领域的各种制假售假行为。

**（四）推进商标公共服务体系建设，推动顺德成为全省乃至全国的商标运作中心。**在知识产权公共服务平台框架下，通过市场化机制，开展商标代理，实现商标产业化运作，提升顺德商标产业的服务功能；建立专业化的商标数据库，满足企业、社会公众和商标执法监管等各方面的需求，全面提高商标服务社会的水平；充分发挥行业协会在政府与企业间的桥梁纽带作用和商标信息沟通与服务作用，发挥行业协会在商标运作及商标维权方面的指导、协调作用，进一步增强行业协会的服务功能。

**（五）加强品牌宣传教育，营造重视品牌发展和保护的良好社会氛围。**充分发挥电视、电台、报刊、网络等媒体作用，广泛开展品牌工作社会宣传教育活动，引导企业和社会公众树立“尊重品牌、保护品牌”的意识；制定完善培育和引进商标专业人才的政策措施，建立高素质的商标专业队伍，为实施品牌战略提供有力的人才支撑；建立完善信息沟通交流机制，进一步加强商标领域的国际合作与交流。

综上所述，区政府应在深入贯彻落实科学发展观，紧紧围绕区委、区政府战略目标，实现商标品牌战略与“龙腾计划”、“星光工程”、质量强区、标准化战略和“走出去”战略等有效衔接的前提下，按照“创新驱动、转型发展”的要求，促进商标发展从重数量向重质量转变，商标结构从重产品商标向重服务商标转变，商标保护从重突击检查向重建建立完善长效机制转变，大力发展辖区品牌经济，营造有利于自主品牌成长的环境，推动区域品牌发展，不断提升顺德竞争力，引领产业转型升级。



五、顺德区外商标维权动态

欧浦钢铁物流公司重拳出击 打响品牌保卫战

2014 年 8 月，顺德区商标协会副会长单位广东欧浦钢铁物流股份有限公司（以下简称欧浦钢铁物流）正式对外发布 《关广东欧浦钢铁物流股份有限公司商标维权的声明》（以下简称声明）。



《声明》称“公司是‘欧浦’注册商标和‘’图形注册商标的专用权人，‘欧浦’注册商标已于 2012 年获中国驰名商标认定，在业内享有极高的知名度和美誉度。近期，公司发现不法商家利用‘欧浦’商标的知名度和商誉感召力谋取不当利益。公司正对上述侵权行为开展维权行动，切实维护公司和消费者的利益。”

与此同时，“欧浦钢铁物流”已于近日内向湖南省湘潭市中级人民法院(以下简称“湘潭中院”)递交《民事起诉状》，起诉湖南欧浦钢铁贸易有限公司侵犯“欧浦”商标权并构成不正当竞争，湘潭中院已正式立案受理了本案。

“欧浦钢铁物流公司”在《起诉状》中指出“被告以‘欧浦’作为字号注册企业名称,开展与原告相同的经营活动，在营业招牌、广告牌匾、宣传资料上突出使用“欧浦”字样,并且其设计使用的图形也与原告‘’注册商标极其相似。被告利用‘欧浦’商标的知名度

和商誉感召力谋取不当利益的行为侵犯“欧浦”商标权并构成不正当竞争”。并据此在《起诉状》中请求判令被告“立即停止对公司“欧浦”注册商标侵权行为及不正当竞争行为；更改企业名称,更改后的企业名称中不得含有“欧浦”字样；向原告道歉并赔偿经济等。”

案件评述：

顺德区商标协会顾问律师 谭先彬

依据《起诉状》所述案情，本案为一起典型的因“企业字号与商标权利冲突”引发的纠纷案件。

企业名称是区别不同市场主体的标志，它由行政区划、字号、行业(或经营特点)和组织形式构成，其中的字号是企业名称的核心部分，是区别不同企业的主要标志。由于企业名称注册是区域性登记，商标注册是全国性登记，两种注册制度的差异给了不法分子可乘之机，利用他人享有知名度商标作为企业字号使用的不正当竞争行为如“搭便车”“傍名牌”等现象越来越突出。

为有效遏制这种不良现象，《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（2002 年 10 月 16 日起生效施行）第一条规定：下列行为属于商标法第五十二条第（五）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为，“（一）将与他人注册商标相同或者相近似的文字作为企业的字号在相同或者类似商品上突出使用，容易使相关公众产生误认的；”。

2014 年 5 月 1 日实施生效的新《商标法》同样增加了“关于禁止将他人注册商标、未注册的驰名商标用作企业字号的规定”。新《商标法》第五十八条规定：将他人注册商标、未注册驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》处理。

在审判实践中，最高人民法院在《知识产权审判案例指导》（2011 年 5 月出版）（李惠廷与大连王将公司商标侵权案【(2010)民提字第 15 号】）中明确阐述“对于注册商标与企业名称之间的纠纷，人民法院应当区分不同的情形，按照诚实信用原则、维护公平竞争和保护在先权利等原则，依法处理。如果注册、使用企业名称本身具有不正当性，比如将他人具有较高知名度的在先注册商标作为字号注册登记为企业名称，即使规范使用也足以产生市场混淆的，可按不正当竞争处理。如果是不规范使用企业名称，在相同或近似商品突出使用与他人注册商标相同或近似的的企业字号，容易使相关公众产生误认的，属于给他人注册商标造成其它损害的行为，依法按侵犯商标专用权行为处理。



若“欧浦钢铁物流公司”在《起诉状》所述事实与理由被法庭认可或采纳，则若“欧浦钢铁物流公司”提出“立即停止对公司“欧浦”注册商标侵权行为及不正当竞争行为；更改企业名称,更改后的企业名称中不得含有“欧浦”字样”等诉讼请求将会依法得到法庭的支持。

顺德企业特别是知名企业深受侵权之害，维权工作面临严峻挑战，作为顺德上市公司，中国钢铁物流业内的知名企业，“欧浦钢铁物流公司”对侵权行为零容忍，重拳出击，打响品牌保卫战，这种勇气与决断值得学习与借鉴。

顺德区商标协会将一如即往组织、协同会员单位，通过“共享维权资源，共同联手维权”提高维权效率、降低维权成本，打击假冒侵权行为。

罗浮宫家居集团网络“淘宝”维权 初见成效

近期内，顺德区商标协会常务理事单位广东罗浮宫国际家具博览中心有限公司针对肆意泛滥的淘宝网络侵权行为发起首次维权投诉，初见成效。

“罗浮宫家居集团”一直面临网络维权的巨大压力与挑战，淘宝网输入关键字“罗浮宫家具”搜索，发现 170 个以“罗浮宫”命名家具商品，20 家以“罗浮宫”命名的淘宝店铺。（截止 8 月 19 日数据）



8 月 20 日，在顺德商标协会的指导与支持下，“罗浮宫家居集团”依据《罗浮宫淘宝维权方案》，通过淘宝知识产权保护平台，针对侵权突出的共计 18 家淘宝店铺（即 18 个店铺链接）发起首批维权投诉，并取得阶段性成果，包括：

“断开链接、关闭店铺或删除商品” 4 家；“停止侵权，全面整改” 8 家；“部分整改，侵权持续” 4 家。

部分侵权店铺投诉前后实况比照：

1、断开链接，关闭店铺



2、侵权停止，全面整改

(1) <http://shop67533669.taobao.com>



(2) <http://shop101432107.taobao.com>



3、部分整改，侵权持续

<http://shop104335027.taobao.com>

“罗浮宫家居集团”相关负责人表示，将会依据《罗浮宫淘宝维权方案》的既定安排，继续推进淘宝维权各项工作，包括：

1、继续关注、跟进本次投诉的处理状态，确保本次投诉取得持续效果；针对“部分整改、持续侵权或投诉不通过、持续侵权”的淘宝店铺，做好二次投诉工作，并及时公证取证（以备诉讼维权）；

2、收集、整编淘宝宝贝（商品）商品相关链接及侵权证据信息，通过淘宝知识产权保护平台，及时发起针对淘宝宝贝的维权投诉。

案件评述：

顺德区商标协会顾问律师 谭先彬

网络商标侵权肆意泛滥，现象触目惊心，其中尤以淘宝商标侵权现象最为严重。淘宝数据显示，2011 年，淘宝网共处理侵权商品信息 6320 万条，其中接受投诉受理的商品信息处理量为 870 万余条。而网络商标侵权的特殊性，使网络维权常常面临至少如下三处困境：

1、责任认定困境。在网络商标侵权行为的责任认定时，如何确认交易平台服务提供者(淘宝)的责任存在较大争议，且司法裁判标准也不尽一致。

2、主体确定困境。由于网络虚拟性特点，淘宝商铺往往不提供或提供不真实的经营地址、联系方式，经营主体信息等，导致因为被诉方的缺失而无法进行有效维权。

3、取证保全困境。由于网络商品交易信息易修改，易破坏，易灭失，经营者可以随时更改网页上的宣传信息。

目前，针对淘宝维权的方式主要有二种：

1、淘宝投诉：通过淘宝知识产权保护平台发起维权投诉，寄希望于淘宝加强内部审查、谨慎义务，自行清理整顿规范。

2、诉讼维权：权利人针对淘宝平台及淘宝店铺提起维权诉讼；但周期长、成本高、效率低，且法院裁判淘宝平台承担侵权责任的成功案例极少。

本案中，“罗浮宫家居集团”选择了“淘宝投诉”维权方式，并初见成效，这也说明“淘宝”加强了侵权方面的整顿、监管力度，随着阿里巴巴在美国的上市，相信其对知识产权的保护会有新的、更高的要求。

故此，顺德商标协会建议会员单位，针对淘宝商标侵权现象，可借鉴“罗浮宫家居集团”的做法，及时发起“淘宝投诉”，顺德商标协会也将会一并提供专业上的指导与支持。

**注释：**

[1] 本报告及其统计数据的内容根据本局购入的国方中国商标数据库和顺德区商标数据库由《顺德区商标统计分析与预警保护软件系统》自动生成；顺德区同类数据可能存在差异，本报告及其统计数据仅作为顺德区商标预警保护服务的参考性指导资料，不具有法律约束力。

[2] 报告中所述的本区指顺德区，含大良街道、容桂街道、伦教街道、勒流街道、陈村镇、北滘镇、乐从镇、龙江镇、杏坛镇、均安镇。

[3] 本报告中的累计有效注册商标包含商标有效期未了的注册商标和有效期已了但未刊登注销公告的注册商标。