

集体商标添助力 联手闯出一片天

■ 本报记者 刘国民

集体商标热度近年来持续走高,越来越多的企业期望合力闯出一片天地。

最近,南京市场监管部门组织全市鸭血粉丝汤食品生产企业负责人开会,讨论注册“南京鸭血粉丝汤”集体商标;今年春天,由莆田市鞋业协会申请注册的“莆田鞋”图形集体商标获得国家知识产权局批准注册,有效期至2032年2月27日。

在我国,还有沙县小吃、镇江香醋、寿光蔬菜等集体商标。这些集体商标运转情况如何?是否为相关产业集群带来规模效益?下一步该怎样用好集体商标?《中国贸易报》记者对北京、浙江、福建、广东等地产业集群的企业、行业协会和政府部门进行了采访,对相关情况予以报道。

集体商标成提高集体商誉抓手

牌,进一步擦亮“寿光蔬菜”金字招牌。

为保证集体商标的品质,寿光市蔬菜协会在授权时特别强调,使用集体商标的产品都必须达标。该协会还通过相关的推介会常年、大力宣传集体商标。“我们用集体商标激励先进,淘汰落后,这一作用发挥出来了,产品得到消费者认可。由于寿光是全国知名的蔬菜集散地,买全国、卖全国,以往从外地运到寿光的蔬菜也声称自己是寿光蔬菜。现在有了集体商标,就能更好地把寿光原产蔬菜和其他进入寿光销售的蔬菜区分开来。”魏先生说。

“镇江香醋集体商标也是一个成功案例。”江苏大学知识产权学院院长唐恒介绍说,镇江香醋是2007年注册为地理标志集体商标,由镇江市醋业协会注册,2013年再获“中国驰名商标”,是中国欧盟首批“10+10”地理标志产品保护互认产品,并在美、英、加、日、韩、澳、匈等10余个国家和地区进行了国际注册。2018年“镇江香醋”的品牌价值仅次于茅台,位列国家地理标志保护产品第二名,品牌价值达到458.92亿元;2019年获得江苏省知识产权保护运用项目支持。镇江市醋业协会牵头注册集体商标,促进了镇江醋业发展。

今年成功注册“莆田鞋”图形集体商标后,莆田鞋业协会筛选出2022年度符合莆田鞋集体商标使用条件的20家企业,并将名单予以公告。莆田市工信局向记者介绍说,“莆田鞋”集体商标由国资公司全权负责运营推广,今年通过线上和线下方式加快开拓市场。

“莆田鞋目前只是图形商标注册成功,文字商标还没申请下来,但集体商标的使用办法已出台,支持好几种使用形式,联标、单独说明,宣传板上提到集体商标均可。”莆田鞋业协会秘书长王德春介绍,有的企业如果觉得同时打两个商标不美观,也可以其他形式使用集体商标,不必强调一定把集体商标印在商品上。等文字集体商标申请下来后,还要继续努力多推广。

“商标品牌建设是实现高质量发展的必然要求。”厦门大学知识产权研究院副教授、“一带一路”研究院研究员王俊介绍说,集体商标的运用能够为我国高品质特色商品抱团出海、提升附加值提供抓手。一方面,海外消费者通过更为密集地接触某一类商品,能够更有效地形成对特定商品的认知,且集体商标统一标准管理,在能体现原产地特色的地理标志集体商标的运用下,商品的品质更为可控,特色更为突出,从而有利于提升品牌附加值;另一方面,企业海外商标维权不易,而通过集体商标的使用,能够在面临商标侵权时实现集体维权,且作为集体商标注册人的协会也容易为企业的维权提供更有力的支持。所以说,在我国企业更深入地参与“一带一路”的过程中,无论是协会还是企业自身,都应充分重视运用集体商标,发挥好集体商标的价值。

海外也有一些被国人熟知的集体商标,比如苏格兰威士忌等。厦门大学知识产权研究院副教授朱冬介绍说,苏格兰威士忌协会作为一个行业组织,通过注册“Scotch Whisky”集体商标,有效地禁止他人

集体商标申请不易、用好更难

的《集体商标、证明商标的注册和管理办法》,申请集体商标除需要满足申请人是集体组织,符合普通商标注册的基本条件外,还要求额外提交集体商标使用管理规则。而对于以地理标志作为集体商标申请注册的,还需要满足地理标志的特定标准,同时申请主体具有监督使用该地理标志商品特定品质的能力。对于使用管理规则的审查是集体商标注册的关键,审查机关会对商品或服务的相关质量标准进行审查。

中南大学法学院教授易玲分析说,集体商标注册困难的主要原因有两点。其一,拟申请注册的商标标识中含有禁用标志,例如含有县级以上地名。由于地名一般只能说明商品或服务的来源地,而不能识别生产经营者,不具备区分来源的功能。因此,在商标审查实践中,针对含有地名的商标,需综合考量标识整体的显著特征、知名度等因素。其二,拟申请注册的商标标识含有通用名称等其他缺乏显著特征的标志,这种情况下只有经过长期使用,使其产生了具有标示商品或者服务特定来源功能的新含义以后才能申请注册。因此,在申请注册集体商标时,不仅需要注意商标注册的禁止条件,还应当结合地区的自然、人文及产业特点等因素,充分挖掘潜在资源,加强品牌创新。

“根据《商标法》的规定,集体商标的审查比普通商标复杂,主要涉及对申请人主体资格、集体商标使

用管理规则、指定商品服务的品质等特殊事项的审查。”厦门大学知识产权研究院副教授朱冬认为,除此以外,集体商标注册中面临的主要难点是显著性的认定。一般来讲,仅仅由地名和商品通用名称组成的集体商标并不具有固有显著性。“佛山陶瓷”就属于这种情形。

今年7月1日,佛山市陶瓷行业协会将拟第一批授权使用“佛山陶瓷”集体商标的品牌名单予以公示。佛山市陶瓷协会相关人士告诉记者,“佛山陶瓷”是文字形式的集体商标,协会为此制定了相关标准,公示后准备给获准使用这一集体商标的企业授牌,还将通过抽检等方式保证集体商标使用企业的产品品质。

记者调查发现,一些产业集群和特色产业在申请和使用集体商标过程中,这存在一些尚需解决的问题。

由中国医药商业协会成功注册的绿十字集体商标被授权给一些商誉较好的医药企业、药店使用。记者在北京的金象大药房(西单店)看到,该药店在门口醒目位置悬挂绿十字集体商标。还有一部分药店也使用了绿十字集体商标,只不过不同药店在使用这一集体商标时,在上面加注了不同文字,有的标注“中国医药商业协会”字样,有的标注“24小时售药”字样。图形相同而加注的文字类别各不相同,在



中国医药商业协会的绿十字集体商标被药店使用
刘国民 摄

未经许可假冒苏格兰威士忌的行为,维护本协会成员的利益。

王俊也提到,由意大利16家苹果生产合作社5200个成员共同使用的“MELINDA”集体商标,通过严格的质量品质控制和宣传,在意大利乃至境外地区的品牌知名度不断提高,在苹果市场形成了较高的市场声誉和地位。这表明,集体商标可以成为有意识地培养集体商誉的抓手,有利于推动集体商誉的形成,促进地域经济发展。

一定程度上降低了这一集体商标的统一性、确定性,也冲淡了其商誉价值。

再有,某地行业协会为当地玩具产业注册了集体商标,但当地一些做代工的企业本来就对集体商标没有需求,而另一些自有品牌已经经营多年的企业则专心培育自己的品牌,对使用新创的集体商标亦不热心。还有些集体商标虽然注册成功,但因该种商品本身名气就小,对外宣传推广也不给力,令集体商标的使用效果有限。

有些企业甚至是当地头部企业更愿意用自己的商标,而将集体商标闲置,如何看待这一现象呢?

王俊分析,一些企业更愿意用自己的商标是企业规避风险的正常表现。在集体商标之下,不同的使用者实际上具有“一荣俱荣,一损俱损”的关系,如果集体商标信用价值高,所有使用者均能获益,特别是中小企业。但如果个别使用集体商标的企业违法违规经营,其他使用集体商标的正规经营企业就会受到牵连。因此,一些企业更愿意使用自己已经形成品牌力量的商标,是企业规避信用风险的正常选择。

在朱冬看来,集体商标是集体商誉的载体,当集体商标知名度不高的情况下,当地企业当然没有使用集体商标的动力。

江苏大学知识产权学院院长唐恒认为,一些头部企业自己有实力,投入了巨额的人力和财力打造自己的商标品牌,产生一定影响力,完全可以发展自己的品牌战略,并不需要借助集体商标的外力。另一些头部企业近年来自身发展状态不佳,面临生产效益低、发展环境差的问题,而集体商标的使用又难以在短时间内提高企业效益,致使这些企业使用集体商标的积极性不高。

特色品牌,从而不断扩大集体商标影响力,推动区域经济发展。

此外,厦门大学知识产权研究院副教授朱冬认为,也可以从企业社会责任角度,加大对集体商标的使用增强产业集聚效应的宣传,提高成员企业对于使用集体商标重要性的认识,推动集体商标商誉的累积。

“商标信誉的维护需要长期的积累。”王俊提出,当前,很多集体商标注册人缺乏对商标应用的商品和服务进行管理的动力和能力。因此,应当建立相应的集体商标注册人发挥主动管理角色的激励机制,配备具有对商品生产进行常态化、标准化、规范化检验能力的管理人员和检验制度。他认为,应该提高使用集体商标的“附加值”。当前,企业在经营过程中遭受商标权侵权等风险不断增加,而依靠企业自身寻求司法和行政救济耗时耗力。如果集体商标注册人能积极开展帮助企业维权等服务,便能够有效吸引更多的企业积极使用集体商标。

“佛山陶瓷”集体商标的注册过程,历经15年,可谓一波三折。

佛山市陶瓷行业协会注册“佛山陶瓷”集体商标始于2005年,其间曾三次被驳回,直到2020年才注册成功。

陶瓷色釉料资深技术专家秦威讲述说,2010年,佛山市政府部门提出建设商标战略示范城市的目标,特别提出要注册“佛山陶瓷”和“盐步内衣”两个集体商标。陶瓷行业协会向国家有关部门详细咨询注册集体商标事宜时被告知,佛山陶瓷在佛山市志中的地位并不明确,没有体现出佛山陶瓷与佛山地区深刻的人文地理关系,注册“佛山陶瓷”集体商标的事情由此被搁置。随后,佛山市陶瓷行业协会开始着手重新撰写新编地方志(1979—2002)中“佛山陶瓷”章节,为申请注册“佛山陶瓷”奠定基础。

“多个因素共同造成了佛山陶瓷的注册难。”厦门大学知识产权研究院副教授、“一带一路”研究院研究员王俊分析说,佛山市陶瓷行业协会当时还在同步申请注册“佛山陶瓷”地理标志商标,而地理标志商标保护有一个关联性标准,即要求商品具有建立在当地的自然因素和人文因素基础上的独特品质。此外,佛山陶瓷企业众多,建立为各方所接受的陶瓷产品标准还有一定难度。

记者了解到,由于“佛山陶瓷”商标之争,佛山市陶瓷行业协会将佛山市建材行业协会告上了法庭。

“这影响了集体商标申请的进程。”王俊表示,从佛山陶瓷的例子可以发现,影响集体商标申请注册的审查重点在于,申请方提交的集体商标使用管理规则是否符合审查标准以及是否符合地理标志集体商标的注册要求。根据原国家工商行政管理总局颁布

记者在采访中也了解到,作为从单打独斗到抱团发展的利剑,集体商标越来越受到各地重视。

福建省泉州市知识产权工作领导小组近日印发的《关于推动泉州集体品牌建设的若干意见》提出,鼓励制造业注册和运用集体商标。挖掘泉州九大千亿产业集群生产能力强劲、加工链条完备的优势,鼓励各行业协会从产品细分领域切入,实施“行业协会注册集体商标→协会成员使用集体商标→协会宣传+推广+管理集体商标”的路径,培育一批凝聚行业整体力量的集体品牌。

为了帮助各地方协会等组织更顺利有效申请注册集体商标,厦门大学知识产权研究院副教授、“一带一路”研究院研究员王俊建议,第一,标准先行,协会等组织在申请集体商标前,提前统筹建立好相应的商品或服务管理标准。第二,处理好集体商标和地理标志商标的关系,一方面,有关部门可以进一步完善集体商标的管理办法等相关法律制度,厘清集体商标注册审查标准;另一方面,协会等组织在进行