

滇虹药业“康王”商标成为目前全国为数甚少的通过行政、司法双重认定的中国驰名商标,更是迄今为止国内唯一一件经由最高人民法院司法认定、再获国家工商总局行政认定的中国驰名商标

“康王”获中国驰名商标行政、司法双重认定

□ 本报记者 何沙洲

2010年新年伊始,全国制药行业知名企业云南滇虹药业集团股份有限公司(以下简称滇虹药业)迎来品牌建设崭新突破——国家工商行政管理总局商标局今年元月发布信息称:滇虹药业持有的“康王”商标被认定为中国驰名商标。

这是继2008年12月20日,中华人民共和国最高人民法院裁定滇虹药业康王商标为驰名商标之后,该商标获得的又一国家级权威认定。至此,滇虹药业“康王”商标成为目前全国为数甚少的通过行政、司法双重认定的中国驰名商标,更是迄今为止国内唯一一件经由最高人民法院司法认定、再获国家工商总局行政认定的中国驰名商标。

而康王驰名商标的打造并非坦途。滇虹药业经历了长达六年波澜壮阔的品牌维权战,长期、持续的品牌维护亦从未松懈,终于赢得司法、行政双重渠道的驰名商标认定。

业内人士认为,滇虹“康王”司法、行政双重认定可谓实至名归,不仅是对滇虹药业多年来坚持不懈的知识产权保护工作的肯定,使“康王”品牌效应在未来进一步凸显;也将让那些已经失去维权信心的企业重新树立起对法律的信心,从侧面带动整个行业的发展。同时,滇虹药业这两次与驰名商标的渊源,不仅揭示了其一系列的商标维权事实,同时见证了该企业成为我国揭露驰名商标造假的破冰者,并对日后最高人民法院多项针对驰名商标司法认定工作的规范制度的出台产生重要影响。

滇虹“康王”为每个人获致健康的人生而祈福、而努力

创立于1993年的滇虹药业是仅次于云南白药的云南第二大医药集团。长期以来,中国制药企业面临两大危机,一是缺乏核心技术,二是缺乏自己的品牌和渠道。促使滇虹药业高速发展,却是源于滇虹研究和开发了具有自主知识产权的药品,拥有国内一流的新药自主研发能力,以及其打造并不断维护的“康王”品牌。

1997年起,滇虹药业就将注册于第五类的1130744号“康王”商标,作为滇虹的主品牌加以打造,在所有药品的外包装上都进行了显著标识,并通过各种渠道不断扩大品牌知名度。自“康王”品牌产品上市以来,就以其疗效确切、物美价廉,在消费者中享有广泛知名度。滇虹药业主打产品“皮康王”被消费者誉为“皮疾克星”,1993年即被中国保护消费者基金会评定为“消费者信得过产品”,1999年被认定为“云南省名牌产品”,2003年、2006年蝉联该荣誉;“康王发用洗剂”更以其优异的去屑效果被誉为“去屑专家”,同样连续数次蝉联“云南省名牌产品”荣誉。此外,“康王”系列产品还包括国家中药保护品种“康王”牌“骨痛灵酊”(2007年被认定为云南省名牌产品),被列入《国家基本医疗保险药品目录》的“余麦口咽合剂”、“丹莪妇康煎膏”等。“康王”系列外用药物,由于产品质量稳定、疗效显著,知名度和美誉度稳步提升,成为中国外用药物制剂类市场的领袖品牌。2006年“康王”系列药品被中国非处方药物协会评定为全国前三大外用制剂品牌,被国家商务部列入《中国品牌发展报告》皮肤外用类唯一重点品牌。目前“康



康王品牌,巅峰见证——康王“中国驰名商标”纪念旗帜随云南探险家金飞彪、金飞豹成功登顶珠穆朗玛峰,在世界屋脊彰显了滇虹人的骄傲。

王”产品销售网络已经覆盖全国32个省市、自治区、直辖市,并远销越南、泰国、柬埔寨等东南亚国家及美国和非洲地区。

滇虹药业总经理郭振宇表示,滇虹“康王”的品牌内涵,就是“滇虹制药人不断研制新药好药,为每个人获致健康的人生而祈福、而努力,为国家和人民的强健安康奋斗不息。”正是有了这种把企业的持续健康发展和为社会的发展做出有益贡献融为一体的文化

护方面投入巨大。截至目前,该公司在不同类别拥有“康王”相关注册商标达15件。随着巨资投入和持续的创牌、护牌工程,以及一流的性价比奠定了康王产品良好的社会认知度和品牌亲和力,在企业发展势头好和品牌美誉度高相互助长的情况下,滇虹“康王”更多更快地走进了我们的视野。但也引来了唯利是图的企业不择手段仿冒滇虹产品。

当年,“康王”品牌旗下第一个拳

牌知名度不断提升的同时遭遇侵权,面对知识产权保卫战中的“艰难”,不敢投入捍卫自己的合法权益,往往知难而退。

“维权不仅是捍卫企业自己的合法权益,也是维护消费者的合法权益。”滇虹药业总经理助理李华说,品牌维权固然要耗费大量人力物力,但企业面对侵权不敢于“亮剑”,不仅将损害消费者利益,也将使企业失去市场核心竞争力,失去企业的未来。

“我们企业从2004年起,为了应付越来越猖獗的假冒行为,成立了知识产权办公室,组建了专门的打假小组。”李华笑称,几年下来,参与滇虹维权打假的人员都成了知识产权方面的专家。

李华的笑是苦笑。她介绍,滇虹“康王”长期打假维权走的是一条辛酸路,公司不仅仅安排了十数人专门在全国各地从事“康王”商标维权行动,在进行全国范围内的打假活动时,其

在与汕头公司长达4年的鏖战中,滇虹药业成功通过12次司法判决、24次行政处罚确定了汕头这家企业的侵权事实。

汕头公司侵犯滇虹药业“康王”商标最令人啼笑皆非的案件发生在安徽宣城,2006年5月汕头公司通过制造假案情,编造假被告人和聘请假律师,向宣城中院提起所谓诉讼,通过宣城中院的审判,居然把非法侵害滇虹药业“康王”商标的三件近似注册商标认定为中国驰名商标,此后,在滇虹药业不懈的司法努力下,安徽高院责成宣城中院重审,最终撤销了对汕头公司三件商标的驰名商标认定。这一出司法闹剧的上演和最后的澄清,暴露了中国商标维权过程中的法律缺陷,“这是我们国家商标法完善过程中出现的典型案例。”原国家工商总局商标局副主任、北京大学知识产权学院硕士生导师杨叶璇认为,滇虹药业“康王”商标的宣城诉讼案最后的公正判决,澄清了一些人认为的只要抢注了驰名商标就可以得到保护,以及高知名度商标在类别上没有注册就得不到保护的误解,从而体现了我国法律的公正和严肃。

杨叶璇表示,滇虹康王在宣城的这个案子,给仿冒知名商标的不法厂商一个警示,那就是高知名度商标没在类别注册,也可以受到商标法的保护。

重视知识产权保护,赢得的将是中华民族的未来

在一个国家,如果没有一批推动国家经济融入世界经济的世界级品牌,这个国家的未来和前途是没有多大希望的。保护知识产权是中国提高国际竞争力的必然选择。胡锦涛主席和温家宝总理就多次强调,中国要形成一批拥有自主知识产权和知名品牌、国际竞争力较强的优势产业。正在迅速融入世界经济的中国,也在不断培育出拥有自主知识产权的品牌,许多负有社会责任的企业正以前所未有的热情为民族争光,为国家创牌……然而,一次次“傍名牌”的制假侵权、一场毒奶粉风暴……都说明还有很多企业在发展中急功近利。

滇虹药业总经理郭振宇对目前“我们不注重创新”和“整个社会缺乏诚信”深感痛心,他说,品牌侵权现象不断,而相关部门认识不一,打假维权困难重重,让国内企业怎能集中精力创新研发和打造品牌?郭振宇曾在应邀出席的“泛珠三角九省区食品药品

监管合作第四届联席会暨医药行业协作第一届联席会议”上呼吁:“加强九省区的药监合作,对进一步促进用药、食品安全保障体制、区域协调发展具有重要的意义。同时,有助于共创一个诚信、公平的规范市场。”他说,世界经济发展的历史证明,市场交易秩序混乱的国家,很难有品牌成长起来。只有“当一个规范的市场出现的时候,企业才会有施展自己的舞台,大品牌才会产生,自主创新也才可能产生。”

“侵权还会对行业造成危害。”杨叶璇分析,如果一个国家一个地区任由侵权存在,就很难培育知名商标,自然也就很难培育出支柱企业,这个地方经济就会受到商标侵权极大的影响。而滇虹药业之所以投入高昂的费用坚持维权,是因为滇虹药业坚信法律是公正的,“这样的企业具备知识产权意识,同时能够洁身自好承担企业责任,所以也能获得消费者认可。”杨叶璇认为,滇虹经过长期品牌培育和长达6年的艰辛维权,“康王”这个中国驰名商标最终获得国家最高行政和司法双重认定,其意义还在于暴露出了我国商标法存在商标注册和诉讼的繁琐,这种繁琐会让维权企业在向侵权企业起诉时出现缠诉和滥诉,从而大大增加企业的维权成本。

诚然,商标的保护,应该是企业自身的责任。但是,有关企业家和专家、学者们都呼吁,政府不能让企业在最困难的时刻孤军作战。政府应尽快建立一套完整的应急救助机制和知识产权预警机制,并加大打击力度,进一步规范市场秩序,为中国企业创造拥有自主知识产权的品牌、走向世界营造良好发展环境。

郭振宇认为,中国的社会经济要在新一轮的国际市场竞争中又好又快的发展,首先应从“保护知识产权”开始,完善法律法规,加大打击侵权和不正当竞争行为;同时,通过教育全体国民的参与,建立诚信的市场环境,提高创新能力,才能创造出知名品牌,提高中国的经济竞争力。他表示,“重视知识产权保护,我们可能损失一点眼前利益,但赢得的将是中华民族的未来。”



郭振宇在著名商标授牌大会上呼吁企业诚信树牌。

理念,滇虹“康王”拥有了越来越广泛的知名度和美誉度;2000年,“康王”即被国家工商行政管理总局列入“全国重点商标保护名录”;2003年被云南省工商行政管理局认定为“云南省著名商标”(有效期三年),2006年、2009年蝉联该荣誉;2007年“康王”上榜“亚洲品牌500强”。在2006年元月经司法认定为“驰名商标”之后,于2008年12月被最高人民法院再次认定为“驰名商标”;今年元月国家工商总局更给予了“康王”最高行政机关的“驰名商标”认定。

记者了解到,滇虹康王品牌“健康之王”的核心价值释义,构成了其品牌资产的主体部分,滇虹不断投入、不断创新、不断丰富其内涵、不断追求产品品质卓越,目的就是要让越来越多的消费者明确、清晰地记住滇虹“康王”,能够识别它的利益点与个性,使消费者认同、喜欢乃至爱上这个品牌,建立起稳固的品牌忠诚度。

滇虹“康王”一年的维权、护牌费用超过1亿元

熟悉企业品牌建设的人都知道,要把一个默默无闻的小牌子打造成在市场上有一定竞争力和知名度的品牌何其艰难。这其中不乏精力和金钱的大量投入。然而,最大的投入还是在维权上的投入。

长期以来,滇虹药业始终关注注册商标专用权的保护,并将品牌视为其核心竞争力,在商标注册和品牌维



滇虹药业商业同盟携手促进行业健康发展。

头产品“皮康王”在消费者中刚刚开始走俏,假皮康王就出现在市场之中。随着滇虹的第二个主打产品“康王洗剂”刚树立起“康王”发用洗剂“去屑专家”的品牌形象,就陆续有80余家不法厂家仿冒“康王牌发用洗剂”,蓄意“傍名牌”获取不法利益。这些仿冒品均借滇虹药业良好的企业形象和“康王”品牌在全国范围的美誉度,以及滇虹药业强势的电视广告投放,以侵权使用“康王”商标的卑劣手段,故意混淆视听,或以极其相似的外包装误导消费者,以及蓄意溢价等手段欺骗患者,在一类、二类和市场开展不同程度的倾销,对“康王”品牌产品的持续上量冲击很大,并造成了很多负面影响。

根据国家科技部调查显示,中国目前每年新增数十万个品牌,但品牌生命周期平均不足2年。这是因为国内企业很少拥有自主知识产权,而众多企业更是不注意包括商标保护在内的知识产权保护,在品牌美誉度和品

审计法务部、市场督察办公室和设置在各省的营销办事处全面参与,打假团队的人数最多时达到1500人左右,一年的维权、护牌费用更是超过1亿元。投入如此之大,损失却是难以计算的,“最大的影响是对品牌的伤害,而且有很多损失是潜在的,如待开发的市场被其占领,还可能导致我们失去一部分消费者和经销商。”品牌被侵权带来的损害,对任何一个企业都可能造成致命的打击。由于国家知识产权保护法律法规尚待完善,诚信守法的商业大环境尚未形成,即便拥有雄厚实力,滇虹维权的这条路也走得异常艰辛。

始终扛着诚信树牌这杆大旗的滇虹药业,仍然毫不犹豫拿起知识产权这把利剑,挥向了伸向“康王”品牌的魔爪。

在众多的“康王”冒仿者中,以汕头市康王精细化工实业有限公司(以下简称“汕头公司”)尤为典型和严重。



滇虹公司总部外景