

集体商标,是由行业协会或其他集体组织来共同申请某一商标,内部成员可共同使用。申请集体商标的好处在于不改变单个成员身份的条件下,通过共同使用统一的商标把所有单个成员的生产经营能力有效组合起来,形成数量优势,节约成本,取得规模效应并保护产业。



## 集体商标,又一个“花瓶”?

□ 吴燕

“东莞家具1号正式起航。”近日举行的东莞家具全国启航大会传出消息,东莞家具首家卖场“合肥·东莞家具”将在明年1月1日在合肥开业。大会介绍,东莞市家具协会已确立了与安徽新长江投资集团合作,以“东莞家具”集体商标为旗帜,在全国开设“东莞家具城”连锁卖场的战略,5年内将在全国开设20家“东莞家具”连锁卖场。

另据报道,为保住顺德已有500多年历史的香云纱的“金字招牌”,广东顺德区政府向国家商标局申请注册“伦教香云纱”集体商标,国家商标局已正式受理。

上文提到的“东莞家具”和“伦教香云纱”,就属于如今各行业协会争相申请的“集体商标”。几年前珠三角的各专业镇曾掀起一股申请集体商标的热潮,如“古镇灯饰”、“虎门服装”、“厚街家具”等闻名国内外的区域品牌都曾经申请过集体商标。但对于集体商标如何使用、使用效果如何,业界仍存疑不少。

### 第一问

名牌企业热情从何来?

据了解,实力稍大的企业都会有自己的品牌战略,他们的精力往往在经营自有品牌上,而集体商标的使用和管理权在相关的行业协会手上,这类企业怎么会热心?

对此,澜石不锈钢行业协会有关负责人认为,集体商标和企业的自主商标并不矛盾,“一般来说实力较大的企业都是协会的会员,他们完全可以同时使用集体商标和自己的商标。”



该负责人表示,使用集体商标的一个前提是必须达到行业协会制定的某个标准,有了这个标准就可以保证使用集体商标的企业产品达到相对较高的质量水平,这会提升整个行业的产品质量和声誉;如果没有集体商标所规定的行业标准,整个行业的质量参差不齐,声誉也会受到影响。

“行业声誉受到损害对于大企业来说也不是好事,而申请集体商标也不会对他们的品牌造成冲击,所以企业还是非常支持集体商标的申请工作。”

### 第二问

集体商标无硬性约束力?

虽然协会对申请集体商标十分热情,但是也有部分业内人士认为即使拥有了集体商标,由于协会等行业组织没有执法权,对一些假冒商标的行为也只能通过工商部门进行查处,这样使得集体商标对企业并无硬性约束力,集体商标的效果大打折扣。

佛山陶瓷行业协会有关负责人表示,不管是集体商标还是普通商标,涉及到商标侵权的情况基本都是由工商部门处理,协会在遇到假冒现象时也只能通过向工商部门举报来维护合法权益。该负责人表示,行业协会作为一个社会团体组织,虽然没有相关的执法权,但一个行业的秩序更主要是通过成员之间的自律来维持,而集体商标的注册能够提高成员对行业的认同感,从而形成一种软约束力。

五金行业协会有关负责人指出,集体商标的硬约束力虽然仍受怀疑,但注册集体商标后,如果本行业的企业有假冒集体商标的现象,对行业声誉产生了影响,协会的成员就会通过市场手段压缩假冒企业的生存空间,使那些企业不敢“顶风作案”,从而维护集体商标的品牌形象。

### 第三问

是否仅限本土企业使用?

产业实现新的升级。

但集体商标还有令人纠结的一面,多个企业共同使用,那就存在着信用风险,万一哪一个企业生产不规范,损坏了市场声誉,所有共同使用商标的企业都得一起付出代价。

这样的教训并不是没有出现过,早在2003年,浙江一家火腿生产企业生产过程中使用了敌敌畏,遭曝光后,“金华火腿”的声誉扫地,当地50%的生产企业停产。近期重庆火锅遭遇的地沟油事件,因一家违规经营的火

据佛山陶瓷行业协会有关负责人介绍,在申请“佛山陶瓷”这一集体商标时,协会就已制定该商标的使用、管理办法,“我们会制定一个标准,只要是我们的会员,且生产的产品达到了规定的标准,我们都会授权企业使用这一商标,而不会计较它的生产地在哪儿。”

该负责人表示,区域集体商标更多的是代表区域在某个行业的标准,如果这种标准在行内获得更多的认可,则有可能引领整个行业的发展,在竞争中取得主动权。另外,对于一些中小企业来说,他们有自己的商标,但要打造成全国知名还是有一定的难度,“这些企业的产品只要达到协会制定的标准就可以使用集体商标,也提高了它们的品牌竞争力”。

但五金行业协会有关负责人也对这个“行业标准”的执行力表示怀疑,该负责人表示,集体商标最终能发挥多大的作用,除了协会的努力外,政府有关部门的支持和配合是一个非常关键的因素。

### 相关链接

“重庆火锅”将获保护伞

重庆火锅的品牌保护终于有了实质性进展。据重庆市火锅协会消息,国家工商总局商标局已受理了“重庆火锅”集体商标的注册申请,如果顺利将在明年正式获批。这意味着,今后火锅店要挂出“重庆火锅”招牌,首先就得成为火锅协会的会员。而集体商标一旦获批,将有一系列的规范措施保护“重庆火锅”这个品牌。

论调 | LunDiao

## 避商标“窘境”,请“标准”先行

屡屡受挫之后,佛山陶瓷、佛山童装、澜石不锈钢等优势传统产业再次踏上集体商标注册之旅。此前注册行为折戟缘由各异,在迈上新旅途之际,有识之士更应看到注册集体商标的深远意义所在。

“对于少数实力雄厚的大企业,当

然不妨自主注册商标创品牌,但对于众多中小企业来说,集体商标显然是提升知名度、信誉度和市场影响力的上佳之选。”广东万家乐燃气具有限公司品牌管理部部长李涛认为,尤其是在国际竞争中,使用集体商标更有助于弥补国内企业规模、影响力较小的

不足,有利于取得规模经济效益。

顺德家电企业由于在全国影响力大,知名度高,常常被外地的部分企业仿冒。为保护和发展产业,顺德家电商会申请了“顺德家电”集体商标的注册。利用区域品牌带动战略来进行形象展示和规范管理,促进了顺德家电

锅店招牌上挂着“重庆”二字,就让整个重庆的火锅行业莫名受到牵连。

因此,为避免千辛万苦注册而来的商标陷入无人采用的窘境,或者走入“个体损害整体”的误区,还要从严格行业标准、提高行业门槛入手。集体商标不仅要代表、维护绝大多数企业的信誉,而且要起到约束各成员企业的作用。简言之,在集体商标申请前,政府部门应当指导协会集中行业内的大多数精英企业,制定严格的集体商标使用制度,准备好了再上阵。

调查报告名为 Chinese Brands Going Global □ Success Factors Now and the Future,将于9月16日在“创意香港与品牌中国”研讨会上公布,这个研讨会是香港参与上海世博会的项目之一。

香港广告商会主席 Richard Thomas 说,香港是中国独一无二的国际大都市,调查报告展示了香港广告服务产业的世界级水平。为了成功完成这个大型调查,今年香港广告商会发动了所有会员的力量,上海世博会也提供了一个优秀的平台。(阿勤)

## 开放三大领域 中石油力邀民资 商会力促民企利益获更多保护

□ 何林

日前,全国工商联石油业商会秘书长马莉表示,为了落实国新36条,中石油向民间资本开放天然气管道建设与经营,成品油销售和装备制造三个领域。

在中石油开放的这三个领域中,装备制造业务国内民企早已介入,放开天然气管道经营和成品油销售成为各方关注的重点。这也是自国新36条颁布后,中石油首次放开天然气管道经营和成品油销售业务,不过目前中石油尚未公布具体操作细则。

### 中石油首发“橄榄枝” 民企表示“很有兴趣”

今年5月,国家出台了拓宽民间资本投资领域“新36条”,鼓励民间资本参与油气勘探开发以及参股建设原油、天然气、成品油的储运和管道输送设施及网络。

8月初,在杭州西湖国宾馆,中石

油副总经理李新华携融资额达2000亿元的119个项目,与娃哈哈、华立、西子联合等近百家浙江民企洽谈合作。据报道,此次中石油带来的项目有许多位于海外,比如在非洲乍得、尼日尔等地有两个年产400万吨原油、一个年产百万吨原油的项目,已经完成勘探。此外,针对浙江企业比较擅长的石油设备制造领域,中石油也表示未来合作空间很大。

中石油此次浙江招商之行,开放天然气管道经营权和放开成品油销售成为一个亮点。中国加油站网分析师认为,一直以来天然气管道都是由中石油和中石化独家经营,很多燃气公司每年耗费大量精力与中石油等企业商谈下一个年度的用气量。他表示,如果燃气公司等民营资本能够参与到管道的经营中,那么获得资源的能力将大幅提升。

全国工商联石油业商会秘书长马莉表示,在成品油销售领域,将会与民营加油站和民营石油企业在油品储存、转运等方面展开合作。

“对民企原本难以进入的石油等重要产业,我很有兴趣,希望以后能找到恰当的合作机会。”中石油的“诚意”打动了一部分民营企业,洽谈会上,娃哈哈集团董事长宗庆后作如此表示。参与招商洽谈的万丰奥特控股、华立集团、正泰等各路浙商也对与中石油的合作表现出了浓厚兴趣。

### 民企期待细则出台 商会架起沟通“桥梁”

不过热情高涨的民营石油企业也不免担心,如果双方合作,那么合资的比例是否也是按照中石油占51%,民营占49%的“惯例”。一位民营油气的负责人就表示,民营油企是弱势群体,出了钱,谁来保证我们的股东利益?

在与中石油的洽谈会结束后,没有出现意料之中的跃跃欲试也说明了民企的犹豫。一位参与当天洽谈会的民企老总说,对于与中石油的合作,目前大多数浙江企业均保持观望,即便

是有意合作的民企,也有不少担忧。与中石油相比,民营企业毕竟势单力薄,作为弱势群体,一旦合资公司在运营期间出现问题,而且小企业在技术方面的劣势,最终会导致“受伤”的还将是民企自身。

“中石油在推出的合作项目中掌握有绝对控股权,对我们企业来说利润空间非常之小,可能会收效甚微。”一位不愿透露姓名的民企负责人表示,“新36条”推出后实际效果并不明显,一些传统行业的垄断仍未被打破。

据业内人士分析,“新36条”虽然明确允许民间资本进入的行业范围,但如何进入,采取何种方式,能占多大比重,如何与现有垄断国企协调,并未有细则。“‘新36条’拓展了一些原本不可能进入的行业领域,但从企业长远利益来说,还是要干自己熟悉的事情”。

中国投资协会副会长张汉亚也曾向媒体表示,当前民间资本之所以不敢进入石油行业是因为石油、煤矿领域都被国有企业占据着。当初自由地



进入。结果政策一变就被清退出来或是以很低的价格被收购。

对此全国工商联石油业商会秘书长马莉表示,工商联目前正与中石油进行沟通,保护民企利益已经成为双方的共识,相关的实施细则,还都在制定和落实当中,“有一些属于政策层面的问题,这需要我们和中石油共同研究解决”。

### 新闻链接

民企闲置油库 即将纳入国家储备

中国商业联合会石油流通委员会会长赵友山近日在2010中国民营石油

## 汽车经销商商会 发起行业自律

近日,国家工商总局、交通运输部、质检总局发布对汽车销售行为及汽车配件质量的监管通知,表示将制止汽车品牌经销商(4S店)违背购买者意愿搭售商品或附加其他不合理条件。严查为消费者办汽车按揭、保险时收取“返利”、“好处费”等商业贿赂行为及汽车销售、汽车配件生产经营中,存在生产、销售、使用假冒伪劣汽车配件的行为。

为规范代理销售行为加强汽车经销商行业监督管理,保护消费者合法权益,维护汽车经销商的合法利益,确保汽车行业健康发展,全国汽车工商联汽车经销商商会联合所属会员单位发起了“中国汽车经销商、汽车品牌经销商(4S店)服务质量公约”并对中国汽车经销商企业开展4S店服务质量系列专访。

(辛文)

## 让从业者远离毒害 商会发倡议

全国工商联家具装饰业商会日前发出呼吁,希望家具企业提高生产环境的安全性,让员工告别粉尘飞扬的生产车间,远离有毒物质侵害。为响应全国安监系统开展的木质家具制造企业高毒物质危害治理行动,全国工商联家具装饰业商会表示会同时采取一系列措施,推动家具制造业探寻低碳环保的发展新模式。在发布会上,双叶家具实业有限公司董事长刘峰作为企业代表介绍了企业近年来为保证员工身体健康,在治理生产过程中甲醛等毒害物质所采取的措施。

(辛文)

## 提升中国品牌竞争力 港广告商会展开调查

日前,香港广告商会在众多会员的支持下,组织了一场针对中国品牌的调查,来自29个国家的490位品牌专家分享了他们对于中国品牌的观察研究。香港广告商会期望这次调查会对中国品牌在国际竞争战略方面提供支持。

调查报告名为 Chinese Brands Going Global □ Success Factors Now and the Future,将于9月16日在“创意香港与品牌中国”研讨会上公布,这个研讨会是香港参与上海世博会的项目之一。

香港广告商会主席 Richard Thomas 说,香港是中国独一无二的国际大都市,调查报告展示了香港广告服务产业的世界级水平。为了成功完成这个大型调查,今年香港广告商会发动了所有会员的力量,上海世博会也提供了一个优秀的平台。(阿勤)