



中国打假圈里来了外国人。近日,该机构的北京工作室负责人戴胜桥接受了中国青年报记者的独家专访。

“伪意大利品牌”泛滥 价格离谱

“来自意大利,世界的嘉加梦……”这样的广告词听起来令人颇为心动。生产床上用品的嘉加梦家纺声称自己源于意大利,且其商标上明确标明意大利字样。但实际上,嘉加梦根本不是意大利品牌。据戴胜桥介绍,经过调查,“JAJEMoN 嘉加梦”商标是在中国注册的,所有人为“意大利路易斯贸易有限公司”,住所为意大利佛罗伦萨市布奥兹路2号5014室。意大利对外贸易委员会通过意大利佛罗伦萨商会证实,该公司子虚乌有,地址亦为杜撰,该品牌真正的运营商是“上海家利床上用品有限公司”。

但这并不妨碍嘉加梦高昂的售价,其价格之高甚至把戴胜桥这个意大利人吓了一跳。“在一个展会上,一个嘉加梦床垫标价3.4万元人民币,并且还号称该床垫零售价为6000欧元,比一辆汽车还贵。意大利真正的高档名牌床垫的价格不超过600欧元,只有它的十分之一。”

据意大利对外贸易委员会介绍,这样的“伪意大利品牌”还有不少。

2010年7月,意大利经济发展部领导下的对外贸易委员会在北京设立了知识产权办公室,经过了1年左右的收集调查,在中国市场上发现有60多家假冒意大利品牌的企业。这些“伪意大利品牌”的市场主体包括中

从2011年下半年开始,意大利对外贸易委员会旗下的知识产权部已经先后向中国国家知识产权局递交了三批共30个“伪意大利”品牌,它们或宣称产自意大利,或使用意大利国名、地名、甚至国旗做产品名称,打着“意大利”旗号误导消费者,意方呼吁中国政府采取针对性措施。

之所以要以意大利政府部门的名义向中国知识产权局投诉,是因为这些虚构的“伪意大利品牌”在意大利并不存在,没有具体的意大利企业作为受害者被牵扯进来,伪意大利品牌横行中国市场扭曲的是整个意大利和意大利制造的形象,因此只能由意大利政府机构出面。

国大陆、港台以及韩国的企业。它们在宣传时号称自己是来自意大利的品牌,但事实上这些品牌在意大利根本不存在。

“这些品牌在意大利的‘源头’都是经过精心捏造的,有的公司为了达到以假乱真的效果。”戴胜桥说,“有一家公司还在宣传册上写上了意大利总部的电话号码,但经证实那不过是一个普通民宅的电话号码。”

这些企业打着“源自意大利”的旗号,以动辄高于同类产品几倍甚至

意大利政府机构来华打假 称伪品牌扭曲本国形象

十几倍的超高价格在中国市场上销售,价格甚至比真正从意大利进口的同类产品还要高,欺骗了中国的消费者,也扰乱了市场秩序,构成了不正当竞争,损害了诚信经营的同行的利益。

2011年7月,意大利对外贸易委员会知识产权局向中国知识产权局递交了第一份“伪意大利品牌”案例集,其中包括十个存在虚假的“伪意大利品牌”企业。随后,他们又递交了第二份、第三份相关企业的案例集,向中国政府投诉。

小作坊产品“变”成国际品牌

被意大利对外贸易委员会列入黑名单的这些企业到底是怎样的呢?3月16日,中国青年报记者来到了“2012年中国北京国际礼品、赠品及家庭用品(春季)展览会”一探究竟。

“我们公司是意大利方在香港注册的,工厂在广州,是托斯卡尼在中国的生产商。”在其中一家被意大利对外贸易委员会投诉企业“意大利托斯卡尼香港国际实业有限公司”的展厅,工作人员这样向记者介绍他们的托斯卡尼男士皮包产品,“我们的产品都是意大利设计师设计的,原料也都是意大利进口的,全牛皮的,中国哪里来那么多牛皮?”布置华丽的展厅的一面墙上,印着TOSKANY的英文品牌名称,下面还写着ITALY FEELINGDE(意为“意大利品味”记者注)。据工作人员介绍,托斯卡尼在意大利是著名的高端的男士皮包品牌,在中国市场上的价位也比较高,拉杆箱的标价为4000元左右,手提包的价位在1500~3500元之间。

工作人员递给记者一本产品宣传册,宣传册的封面印着产品LOGO以及TOSKANY ITALY FEELINGDE的字样,扉页上写着“源自于意大利休闲城市托斯卡尼的精神梦想,Sincere toskany(托斯卡尼)品牌以其低调和奢华精神阐释着男人的魅力与心灵归宿。”

意大利对外贸易委员会经查询后发现,所谓的“意大利托斯卡尼香港国际实业有限公司”在香港并无注

册信息,电话亦为假冒,Toskany品牌在意大利未进行商标注册,在中国的注册商标所有人是一个姓肖的中国人,实际公司名称为北京时代唯意皮具有限公司,办公地点也在北京市东城区。

“我们是广州花都的企业,这是一个国际品牌,我们贴牌生产的。”在广州市荣威手袋制品有限公司的展厅里,销售人员这样向记者介绍一款他们生产的“欧柏斯OBOSI”拉杆箱在意大利对外贸易委员会所列的“伪意大利品牌”名单中,欧柏斯OBOSI也在列。与“斯卡尼”在各种地方高调宣称自己来自意大利不同的是,在欧柏斯的展厅以及销售商名片上,记者并没有看到任何有关“意大利”的字样,只有当记者询问这款具体是哪里的国际品牌时,销售人员才告诉记者“是在意大利注册的”。而据戴胜桥介绍,“欧柏斯OBOSI”商标只在中国有注册信息,并没有在意大利注册。

记者又来到了萨博SABO厨具的展厅,展厅里摆放着各式造型漂亮的玻璃碗、不锈钢锅等商品,单个厨具的标价在100余元到300余元之间不等,展位里熙熙攘攘挤满了消费者,生意很不错。记者在一张“产品合格证”上看到了“意大利SABO萨博生活厨具有限公司”“SABO萨博(中国)生活厨具有限公司”的字样。销售人员告诉记者:萨博是意大利的品牌,授权给中国公司生产。

据意大利对外贸易委员会介绍,中国和意大利的商标查询系统均没有生产厨具的“萨博”商标注册,其所谓的中国公司,不过是一个名为“潮州市枫溪区萨博厨具礼品经销部”的个体户,意大利佛罗伦萨亦无名为SABO且生产厨具的公司。记者随后又来到了“榜单”上的另一个企业,生产“圣马可San Marco钟表”的深圳市瑞朗精密计时有限公司的展厅。销售人员告诉记者:“我们是深圳的企业,产品都是自己研发生产的。”记者发现,圣马可手表的价位并不算“奢侈”,普通的手表200元一支,外观精美一些的售价在400元左右。至于他们十分“洋气”的国际品牌,销售

人员说:“这是我们公司自己在意大利注册的。”据戴胜桥介绍,“San Marco”、“圣马可”等标识在中国注册了商标,所有人均为中国自然人张作仁。San Marco在意大利也提交了注册申请,申请人为中国自然人WANG Sitong,但已被意大利专利商标局驳回。

中方回应 已驳回部分商标申请 其他问题正在调查

国家知识产权局保护协调司副司长张志成告诉记者,已经收到了戴胜桥提供的这些信息,因为涉及工商行政管理、质检等不同部门,因此相关信息已经及时转送职能部门。“据我所知,有关部门已经与他们联系并且进行了沟通。”张志成介绍,“有些事情的处理需要一些时间。同时,还有一些信息涉及地方政府主管部门的职责。”

针对意大利对外贸易委员会递交的第一批侵权名单,国家工商行政管理总局于2011年10月12日作出回复称,中国商标总局已驳回了“尼诺·费雷(意大利)” (Nino Ferretti Italy)、Bestibelli Milan两个品牌的商标注册申请。至于一些涉案商标使用人在商标使用中自行添加意大利地名的行为,回复称意方可根据《商标法》有关规定向当地工商行政管理部门举报投诉。还有一些宣称其为意大利品牌或意大利企业,是否存在虚假宣传及误导消费者的行为,需由有管辖权的工商机关依法调查后予以认定。

张志成副司长还表示,我国对于知识产权保护是非常重视的。除了日常持续加强执法保护工作外,打击侵犯知识产权和假冒伪劣商品的“双打”行动正在深入开展,并已经取得了良好的效果。“意大利以及其他贸易伙伴的知识产权,只要符合中国法律规定,都会得到保护。对于知识产权保护,中国政府是高度重视的。”

(摘自《中国青年报》文/王俊秀 张蕾)



沪汽车牌照 涨破 5.83 万元 均价和最低价 均创新高

被称为“疯狂的铁皮”的上海车牌再次上演疯狂的一幕——最低价和平均价双双涨至历史最高位。

3月,外界期盼的上海车牌高位回落现象并没有上演,2012年3月上海私车额度拍卖结果出炉,最低成交价58300元,平均成交价格为58625元,双双创下上海自2000年举行私车牌照无底价拍卖后的最高纪录。

资料显示,本月中标价创下历史新高后,上海车牌价格已连续四个月超过5万元,也是2000年以来第十次突破5万元关口。有业内人士向记者连呼自己已看不懂上海车牌拍卖的价格走势,但认为在目前情况下,如果私车额度投放量没有显著增长,上海车牌价格极有可能很快突破6万元。

打破春节后回落的惯例

据主办方——上海国际商品拍卖公司提供的信息显示,3月车牌的投放数量为8000辆,与今年前2个月持平,但参与竞拍的人数为24897人,较2月和1月分别增加1506人和543人,为今年以来最多,因此32.1%的中标率为今年最低,刚性需求再次推动车牌价格站上历史最高位,最低成交价和平均成交价分别较上月上涨2900元和2993元。

此次拍卖前两天,记者从一些代拍公司处获悉,他们认为3月上海的车牌价格极有可能下跌,因为去年就是在10月达到5.4万元的高位之后开始回调,11月车牌价格回落了近7000元。

也有业内人士向记者表示,从历史上看,一般车牌价格达到5万多的高位时,都会出现回调现象。但今年2月,车牌价格走势就已打破以往春节之后有所回落的规律,因此本月价格走势实难预料。

新纪录诞生只用8分钟

从拍卖当天的情况来看,新纪录的诞生只用了短短的8分钟——10点51分,车牌价格开启上涨通道;7分钟后突破5万元关口,接近11点时车牌价格开始不断上涨,首轮出价结束后,最低价便已经攀升至57000元,超过了2月份的均价,也超过了2007年12月创下的沪牌历史最高均价——56042元。

在最后的修改竞价阶段,车牌价格终于狂飙至58300元,历史纪录再次被刷新。

3月竞拍人数今年最多

上海市民李先生此次已是第三次投标,他的心理价位是5万元以内,因此前两个月均未买到车牌,这个月他本以为可能会回落一些,但最终还是因为价格太高而没有成功。

他认为,此次是春节前一直没有拿到牌照的投标人群众三次投标机会的最后一次,大部分人急于成交,这可能是这个月车牌价格创下“史上最贵铁皮”新纪录的主要原因。

而另一位业内人士则猜测,今年以来上海车牌价格节节攀升的背后原因,是否与目前上海多个区县正在进行的公车改革有关,严控公车数量之后,相应地要产生新的购买私车的需求,又集中在这段时间,因此可能推高了上海车牌价格。(摘自《东方网》)

大葱突然飙至 10 元两根 农产品价格怪圈或伤 CPI

近期,北京、上海、广州等地的市民突然发现,一向作为炒菜配料的大葱突然价格高涨,一些市民反映花10元钱仅能买到两根大葱。涨价后大葱的风头甚至盖过肉禽和鸡蛋,一度成为餐桌上的“主菜”。

大葱一天一个价

在济南市高新区一处菜市场销售大葱的蔡女士说:“现在大葱进货还不是很困难,但是价格每天都在变,基本上一直在涨价。”

济南金乡山阳贸易有限公司经理孟凡波说,在济南的批发市场上,去年这个时候每公斤大葱价格为2.4元至2.8元,但现在每公斤价格达6.6元,前几天高的时候一度达到7.4元。到零售市场及超市,葱价就会达到每公斤近10元,甚至更高。因此一些体积形大的葱,10元钱买两棵很正常。

“由于当地葱比较贵,这段时期,我们都从福建漳州进货,到济南的价格只有每公斤2.4元,也比较好卖。”孟凡波说。

山东省章丘市是全国大葱种植面积最大的地区之一,这里生产的大葱销往本省和北京、河南、重庆等省市。16日,记者在章丘市枣园镇史家村见到了收购大葱的经纪人史佩立。

史佩立从事大葱收购生意已有10年,往年收购大葱总担心赔在手里,今年却是从葱农手里包下一亩大葱后再收货时价格已经上涨了。

不仅山东省内的大葱价格在上漲,章丘一些大葱经纪人反映,从江浙一带和福建等南方省份收购的大葱也在涨价。刚从杭州以每公斤4元钱收购一批大葱的章丘市大葱经纪人华清厚说:“最近外地的大葱一直

记者在山东部分大葱主产地采访发现,种植面积减少、产量降低引发的供求失衡是导致大葱价格暴涨的主因,而流通环节过多也助推葱价上涨。专家建议,尽快建立全国范围内的种植及价格信息发布网络,同时采取加大农超对接力度等措施,为快速上扬的农产品价格降温。

在涨价,这批葱运输到北京后的批发价每公斤就要6元钱,前几天甚至到了每公斤7.6元。”

供求失衡 “中介”加码

按照山东省种植大葱的规律,一般每年6月中下旬开始移栽,11月中下旬上市销售,下年春节前10天大葱基本销售完,只有少部分留在地里等待上半年继续上市。由于受大葱前两年价格快速下跌导致种植面积减小和气候的影响,章丘产的大葱价格出现快速上涨势头已有半个多月。

章丘市赭山大葱专业协会会长李家禄介绍说,一般大葱的价格波动周期为5年,其中4年保持较好的价格水平。农民种一亩大葱平均可赚3000元左右,然后第5年出现价格下滑,农民收益减少。

章丘市一些葱农向记者反映,正常年份一亩地的成本主要包括1000元左右的农药化肥和种子费用,雇人



收获一亩地大葱的人工费约500元。“往年一亩地可以产8000斤左右,除去成本至少可挣3000元,但是2011年4月一亩大葱200元都没人要。”

“这一波大葱行情和往年不同,价格在保持连续7年的较高水平后,2010年和2011年都出现快速下跌。正常年份11月中旬开始收购时价格为每公斤1.6元左右,2010年却出现了每公斤2元钱的好行情,很多人捂着不卖,结果价格一路下跌。到了2011年4月跌到每公斤不足0.2元,基本没人要了。”李家禄说。

连续两年的坏行情导致葱农积极性受到严重影响。李家禄说:“2011年全国大葱种植面积大幅减少,章丘市减少了30%左右。今年的面积比2010年可能减少50%。”

不仅种植面积减少,大葱亩均产量也出现下滑。章丘市赭山大葱专业协会理事长李鹏飞说:“由于常年种植大葱土壤养分受到影响,再加上病虫害和冻害,今年大葱亩均产量从4000公斤减少到了2500公斤以下。”

此外,原本就很多的中间环节也层层加价,进一步助推大葱价格上涨。据李家禄介绍,大葱从地头进入老百姓餐桌上至少要经历“种葱一小经纪人—大经纪人—运输户—批发市场—小批发商—市场”等环节。

建信息渠道 减中间环节

专家认为,虽然目前大葱价格受到天气因素的影响,但是缺乏科学合理的种植指导以及中间流通环节过多仍然是农产品价格过高的重要推手。为防止部分品种农产品价格过大波动对CPI走势产生不利影响,当前亟待建立起全国范围内的农产品种植和供需信息网,并采取农超对接等方式减少流通环节,让农产品价格尽快回到合理水平。

山东财经大学农业与农村经济研究中心副主任王蔚说,随着化肥、人工等原材料价格的上涨,菜价总体呈现上涨趋势,但需防止价格的过大幅度波动导致“菜贱伤农”与“菜贵

伤民”轮替,尽可能减少物价调控的不稳定因素。

李家禄说:“种多大面积,卖什么价格,现在葱农对这两个关键信息了解很少,很多时候大家都处于一种盲目跟风状态。一看价格很好次年就多种,行情不好就立刻减少种植面积。这样农产品价格始终处于一个恶性循环中。”

山东社会科学院经济研究所所长张卫国认为,农产品从地头到摆上老百姓的餐桌中间经历太多环节,导致原本并不高的价格竟然可以连翻几番,“中间环节太多既没有让菜农获利,也损害了消费者的利益。”

张卫国等专家建议,尽快推进农超对接和农资生产企业与农户对接措施,逐步压缩农产品中间流通环节,同时建立全国范围的农业信息发布网络,完善农户了解相关信息的渠道,指导农民科学种植,从而防止农产品价格过快上涨给老百姓生活带来压力。

(摘自《东方早报》)