

执法咨询委员会

第十五届会议

2022年8月31日至9月2日，日内瓦

作为树立尊重知识产权风尚手段的树立意识活动和战略宣传活动

撰稿：丹麦、日本、马里、墨西哥、尼日尔、阿曼、菲律宾和泰国

1. 在2019年9月2日至4日召开的执法咨询委员会（ACE）第十四届会议上，委员会一致同意，除其他议题外，审议“就树立意识活动和战略宣传活动交流各国经验信息，这些活动是根据成员国的教育优先事项或其他任何优先事项，在广大公众、特别是青年人中树立尊重知识产权风尚的手段”。本文件介绍了八个成员国（丹麦、日本、马里、墨西哥、尼日尔、阿曼、菲律宾和泰国）就该议题编拟的稿件。
2. 丹麦专利商标局（DKPTO）在其意识提升活动中采用的战略由三个要素构成，即媒体宣传、使用社交媒体和与利益攸关方协调。“丹麦打击知识产权侵权部长级网络”创建的网站在DKPTO所有意识提升活动中发挥了重要作用。在线工具亦在日本特许厅（JPO）的宣传活动中发挥关键作用。2020年，JPO的宣传活动中包括建立专用网站，提供漫画风格的宣传视频和针对中学生的学习指南。宣传视频通过YouTube、推特、Instagram和互联网横幅广告传播。2021年，JPO将宣传重点扩大至中学生，在四所中学组织了特别会议。
3. 马里和尼日尔的稿件显示，国家知识产权局从多个方向处理意识提升问题。在马里，为地方法官和执法人员举办了讲习班，为年轻人组织知识产权竞赛，还开展了关于防止假冒的信息宣传活动。在尼日尔，推广工作针对执法部门、法官、学术机构、企业和企业支持组织、知识产权权利人、年轻

人和普通公众。马里和尼日尔均利用了生动的视频制作，并且在各自的首都组织引人注目的巡游，以提高公众对尊重知识产权问题的兴趣。

4. 墨西哥工业产权局（IMPI）开展了一系列活动提高对假冒和盗版的认识，包括举办研讨会以及采取措施确保执法。IMPI 收集数据，以获得其打击盗版和假冒工作的概况。这一对循证政策的重视同样反映在菲律宾知识产权局（IPOPHL），菲律宾是部署产权组织消费者调查工具包¹的试点国家，力求确立该国知识产权意识水平的基准和对使用假冒商品的影响的普遍认识。该调查还衡量了 IPOPHL 开展的公众意识提升活动的影响。

5. 阿曼教育部重点关注年轻人，利用讲习班、竞赛和社交媒体的广泛使用来传达尊重知识产权的信息。最近的公共卫生危机需要采用虚拟交流方式，包括针对教师和专家的虚拟培训讲习班。视频的使用再次得到展示，制作了面向年轻学生的动画《法蒂玛与飞行机器人》。

6. 泰国知识产权厅（DIP）近期已重新调整其意识提升工作的重点，以触及研究人员、创造者和企业家。目的在于根据该国促进经济增长的泰国 4.0 政策鼓励本土创新。最新建立的知识产权咨询中心以及高等教育机构中的技术和创新支持中心（TISC）提供了关于知识产权的建议。向不同受众提供线上和线下讲习班，还制作了电视节目“The Pitching”，其中 20 位候选企业家竞争赢取现金奖励和业务扩展支持。DIP 利用 YouTube 和 Facebook 等在线平台扩大节目的覆盖面，使其第一季获得超过 200 万次观看。

7. 稿件按以下顺序排列：

丹麦近期的反假冒意识提升活动	3
不购买、不销售也不让他人替你购买假冒产品！ ——日本最近一次反假冒宣传活动	11
马里工业产权促进中心近期的意识提升活动	16
墨西哥工业产权局的知识产权保护和执法行动	22
尼日尔国家工业产权与创新促进局近期的意识提升活动	28
阿曼 2020/21 年面向在校学生、教师、家长和当地社区的 知识产权意识提升宣传活动	31
菲律宾消费者态度和意识—— 部署产权组织消费者调查工具包的结果和经验教训	38
泰国近期的知识产权意识活动	41

[后接稿件]

¹ <https://www.wipo.int/publications/zh/details.jsp?id=4240&plang=EN>

丹麦近期的反假冒意识提升活动

撰稿：丹麦专利商标局（DKPTO）知识产权执法与网络部主任 Barbara Suhr-Jessen 女士和法律顾问 Marie Amstrup Jensen，丹麦措斯楚普^{*}

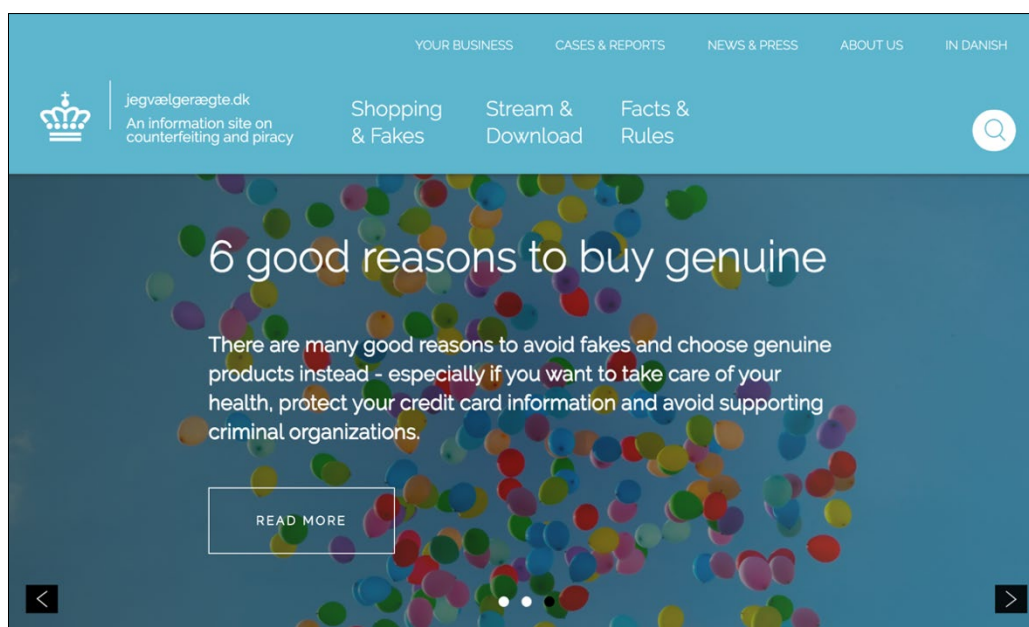
摘 要

本稿件介绍了丹麦专利商标局（DKPTO）近期开展的部分宣传举措。其中特别介绍了 2019 年代表整个“丹麦打击知识产权侵权部长级网络”推出的反假冒和盗版宣传网站，以及针对学校的宣传举措。

本文还介绍了 DKPTO 近年来宣传活动中使用的理念，由三个要素构成，即媒体宣传、社交媒体宣传与利益攸关方的协调。较小和较大规模活动的实例亦包括在内。

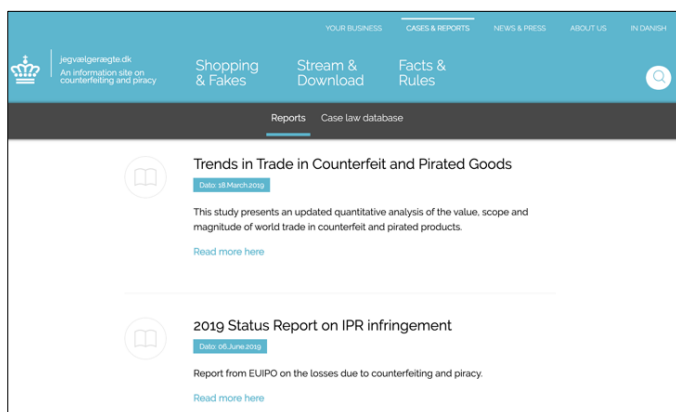
一、宣传网站

1. 2019 年 1 月，新的反假冒和盗版宣传网站 www.ichoosereal.dk 推出，以英文和丹麦文提供。



网站 www.ichoosereal.dk

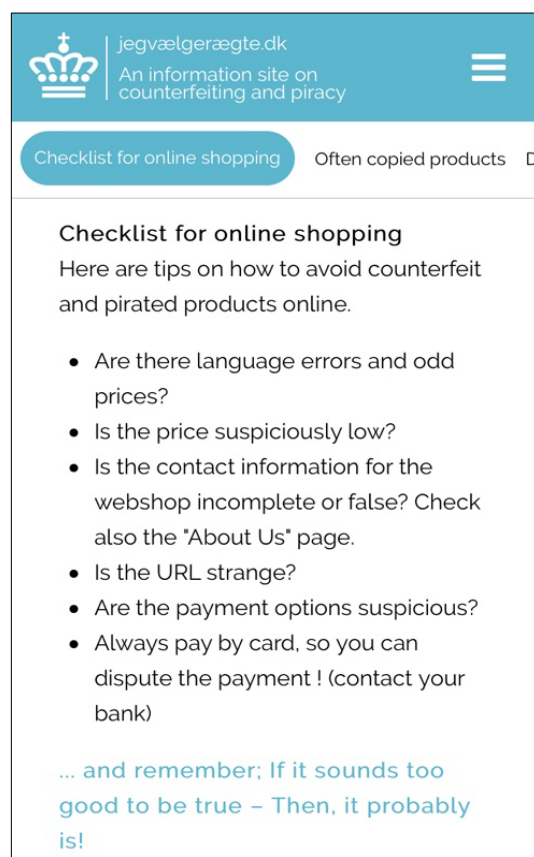
^{*} 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。



网站的报告储存库



消费者案例视频实例



在线购物核对清单实例

2. 网站的目的是提高消费者自身以及社会整体对假冒和盗版的认识，以及最好购买正版产品的原因。网站主要针对消费者，但也含有面向记者的具体信息，以及为企业提供指导的单独门户。

3. 该网站由“丹麦打击知识产权侵权部长级网络”（网络）中的 12 个公共部门机构联合推出。网络于 2008 年建立，其成员密切合作共同打击假冒和盗版。DKPTO 作为网络的秘书处，在开发新的联合宣传网站方面发挥着主导作用。

4. 作为网络的基石以及假冒和盗版的主要信息来源，该网站在 DKPTO 所有意识提升活动中亦发挥着重要作用，包括下文第二节和第三节所述。在所有活动中，无论规模大小，DKPTO 发现最佳做法是着重传达几条关键信息，更多信息则参见网站。

5. 网站的关键元素包括：

- 关于为何以及如何购买正版产品而非假货的**消费者指南**，以及关于什么合法和什么非法的信息。
- 消费者和企业 在假冒产品方面的个人经历**视频和文本案例研究**。目的在于使网站用户能够对案例研究中的人员产生认同，从而促进行为上的改变。
- **互动“测验”和“你知道吗？”**，含有关于假冒和盗版的有趣事实。
- **企业指南**，关于避免假冒和盗版的预防措施，以及在假冒/盗版出现时如何处理的指导。
- **面向记者和其他人士关于假冒和盗版范围、规模及影响的信息**（含欧洲联盟知识产权局（欧盟知识产权局）、欧洲联盟执法合作局（Europol）、经济合作与发展组织（经合组织）等机构的报告链接）。

- **新闻公告牌**（仅以丹麦文提供）定期提供来自所有 12 个网络机构的假冒和盗版新闻。这确保新闻在网络机构之间以及丹麦知识产权界（包括来自私营部门的知识产权顾问）有效传播。
6. DKPTO 已允许其他国家在澄清短期合同条款的情况下免费对网站进行再利用。
 7. DKPTO 承认通过与欧盟知识产权局的双边协议已获得用于网站的资金。它从挪威网站 www.velgekte.no 中得到启发，并获得挪威工业产权局（NIPO）的许可对来自该网站的材料进行再利用。
 8. DKPTO 与丹麦警察总局特别犯罪股制作了案例法合集，含有自 2013 年以来知识产权刑事案件的所有判决。判决使用了匿名，该合集以 Microsoft Excel 文档的形式上传至上述网站。DKPTO 目前正在努力将其转化为数据库解决方案，拥有更好的检索选项。

Link	Date	court	Regulatory	Decision	Description	Number / Period	Compensation
	20.08.2018	Eastern High Court	Section 42 (2) of the Trademark Act 2 of 1. of 5 4 and the nature of the EU Trademark Regulation 9. and section 61 (1) of the Criminal Code 2 and 5 10.	30 days conditional increase in relation to the district court - Confirmation of the additional fine of DKK 20.000.	Sales of copy products on the market. The offense was committed during the sentencing period. The district court's judgment in the case against T is changed so that the sentenced sentence is increased to 30 days in prison. Moreover, the judgment is upheld. Appeal before the Court of Svendborg on 25.01.2018 // The imposition of rules on production rules // Viol market // Confiscation	409 perfumes and 98 pairs of socks are confiscated	The district court referred the claim for civil action
	28.09.2018	The court in Svendborg	Section 42 (2) of the Trademark Act 2 of 1. of 5 4. par 1 and the nature of the EU Trade Mark Regulation 9th	30 days conditional	Accused of having used commercially identical signs with or similar to the registered trademarks for storage for sale, offering for sale, marketing and sale of a total of 965 pairs of HCO stockings. The defendant was previously punished for similar crime. // Supermarket market // Confiscation	965 pairs of stockings are confiscated	The claim is referred to civil action

计划的新解决方案模拟图示

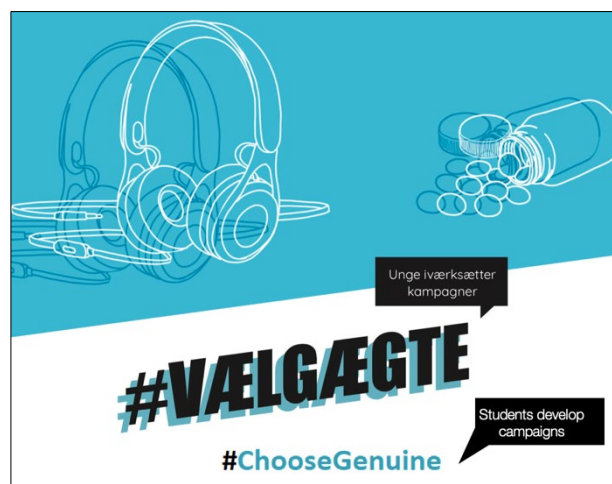
二、校园举措

9. 丹麦中小学的知识产权教学通常极为有限或者不存在。DKPTO 就改变这一情况的可能性与丹麦教育当局发起了对话。
10. 如丹麦教育当局的建议，制定新举措在学校开展项目工作时使用。丹麦学校九年级的学生必须进行为期一周的项目工作。七年级和八年级的学生也会时常开展项目工作，为强制性项目周做准备。

11. DKPTO 与合作伙伴共同制作教育材料，其中向学生提出了设计和落实宣传活动以改变丹麦人行为的任务，从而使他们购买正版产品而非假货。材料针对七至九年级的学生，重点围绕实物假冒产品。由学生设计并实施的活动可采用极为多样的形式——取决于学生们的创造力，例如偶发艺术、游戏、演讲、传单、海报、社交媒体上的视频等。

12. 当学生开展任务工作时，他们会了解到购买正版产品而非假货的许多合理理由。此外，他们还会获得关于知识产权能够为学生本人的生活和未来职业提供的可能性的知识，例如作为企业家、设计师等。

13. 教育材料包括完整的教师教学指南和学生材料。尽管 DKPTO 会为感兴趣的班级提供在线启动网络研讨会，但这些材料也能够单独使用。



关于假冒产品和知识产权的信息活页



介绍视频



关于假冒产品的短视频/搞笑视频



关于假冒可如何影响小企业的新闻文章

14. 教育材料于 2019 年秋推出，可在线获取¹。DKPTO 现已进入项目阶段，重点关注对材料使用的推广。预计这项工作将在未来几年继续开展。

¹ <https://www.jegvaelgeraegte.dk/fakta-regler/undervisningsmateriale/>。

15. DKPTO 承认，作为“创意助力企业发展”项目的一部分，已从欧盟知识产权局获得项目资金。

三、近期的宣传活动

16. 提高对假冒的认识需要持续不断的努力。为确保意识提升活动定期开展，在过去几年中，DKPTO 组织了两次对抗假冒的年度宣传活动。本节介绍此类活动所用的理念。

17. 在丹麦，有两个周期性出现的时机经证明对此类较大型的活动尤为有效。第一个时机是“世界反假冒日”，定在六月初。第二个时机是从 11 月至圣诞节的假日期间，那时会进行圣诞采购。

18. 在所有活动中，下文所述的三个要素（A-C）同步执行。圣诞节宣传活动尤其以低预算开展。

A. 媒体宣传

19. DKPTO 发布**新闻稿**以发起媒体宣传。新闻稿通常包括以下内容：

- 关于假冒范围、规模或影响的**最新数字**，因为这会增加丹麦媒体的兴趣。
- 如有可能，纳入**对部长话语的引述**。
- 关于为何购买正版产品而非假货对于消费者和整个社会均更好的**故事讲述**。还提供简短的核对清单链接，含如何识别产品是否为假货的提示。

我们还力求获得**正版和假冒产品的样本（来自品牌所有人）**，为电视提供优质图像。

B. 社交媒体宣传

a) 世界反假冒日的实例

20. 自 2020 年起，DKPTO 就与不同的外部宣传机构协作，开展针对青年（18-24 岁）的更大型宣传活动。在丹麦人中，最常购买假冒商品的是年轻人。外部宣传机构建议我们与具有影响力的人士合作，并使用社交媒体扩散我们的信息。

21. 此类宣传活动的目标是改变消费者行为，通过增加年轻人以下方面的知识：

- 为何应选择正版产品而非假货；和
- 在线购物时如何避免购买假货。

22. 宣传活动涉及假冒商品和有组织犯罪之间有据可查的联系，包括购买假冒商品存在支持犯罪组织的风险，这些组织还可能参与逃税以及贩运毒品、武器和人口。宣传还涉及与假冒商品相关的健康和安全风险。

23. 内容上传至社交媒体上有影响力人士的主页和 DKPTO 的社交媒体频道，并包括我们宣传网站上（如上文第一节所述）活动登陆页面的链接，以获取更多信息²。

² 例如，2021 年的活动登陆页面可访问 <https://www.jegvaelgeraegte.dk/nyheder-presse/nyhedsoversigt/kampagne-fra-patent-og-varemaerkestyrelsen/>。

2020 年宣传活动的主要元素

24. 两位有影响力人士的 YouTube 视频利用了“我的包里有什么”的构思：其中一位有影响力人士向另一位展示自己包里的不同产品。突然，她掏出一把枪，引出关于购买假冒商品时支持犯罪组织的风险的对话，这些组织参与了其他类型的严重犯罪。



YouTube 视频“我的包里有什么”

25. 此外，九位有影响力人士在 Instagram 上发布了引人注目的照片：例如枪支、装有“毒品”的塑料袋和装有化学品的桶，通过 photoshop 做成照片，吸引年轻人注意并使他们意识到知识产权犯罪与参与其他类型严重犯罪的有组织罪犯之间的关联。



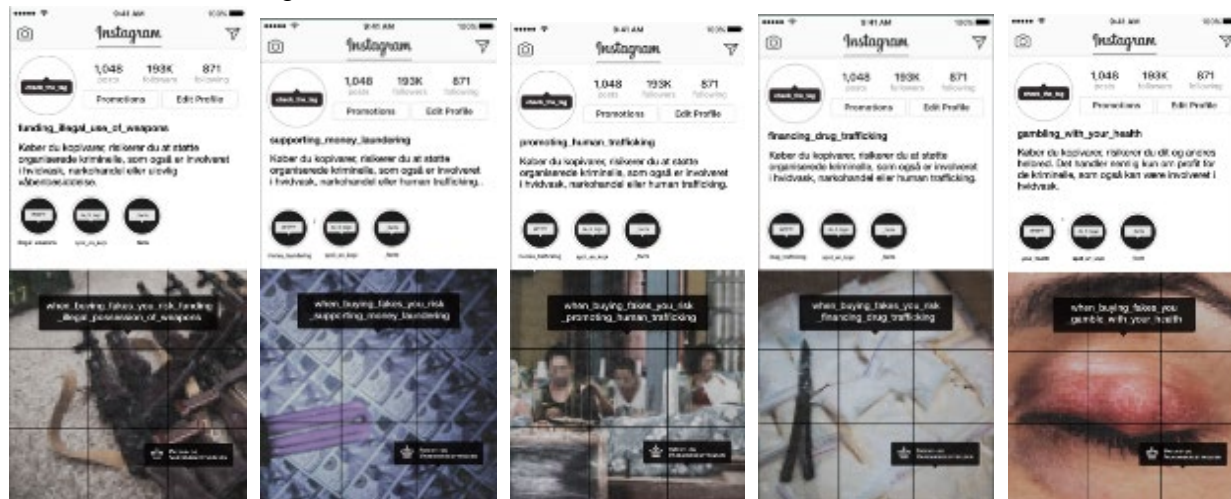
有影响力人士在 Instagram 上发布的内容实例

2021 年宣传活动的主要元素

26. 宣传活动利用了青少年查看 Instagram 上所发布图片的标签的习惯。这次，查看七个所选有影响力人士的标签将揭开我们的宣传活动信息。信息主要涉及假冒与其他类型严重犯罪之间的关联，以及如何避免假货。健康和安全隐患亦包括在内。标签的实例包括：“支持洗钱”、“为贩毒供资”和“以健康为赌注”。



七位有影响力人士在 Instagram 上发布宣传活动帖子—促使关注者们“查看标签”



我们在 Instagram 上的宣传活动主页，含有以记录片风格的短视频形式提供的关于假货的额外信息 (https://www.instagram.com/not_supporting_organised_crime/)

b) 黑色星期五/圣诞节宣传活动的实例

27. 在媒体宣传的同时，DKPTO 在社交媒体上发布照片或提高认识的短视频：

- 视频以低预算制作，在 Facebook 和领英等平台发布。帖子包括聚焦黑色星期五或圣诞节的标题，以及我们宣传网站上活动登陆页面的连接。登陆页面含有我们的“避免假货的核对清单³”和“购买正品的 6 个好理由⁴”⁵。
- 视频通常会间隔一些时日发布，并通过付费数字营销（低预算）提高知名度。



Facebook 和领英上关于 2021 年和 2022 年圣诞节宣传活动的动画视频

³ <https://www.jegvaelgeraegte.dk/english/shopping-fakes/how-to-avoid-fakes/#checklist-for-online-shopping>.

⁴ <https://www.jegvaelgeraegte.dk/english/facts-rules/6-good-reasons-to-buy-genuine/>.

⁵ 此类宣传活动登陆页面实例可访问：

<https://www.jegvaelgeraegte.dk/nyheder-presse/nyhedsoversigt/ligger-der-falske-varer-under-dit-juletrae/>.



挪威工业产权局制作的圣诞宣传活动的动画短视频。DKPTO 获得许可对视频进行翻译和再利用。

C. 与公共和私营部门利益攸关方协调尽可能扩散宣传活动

28. 确保我们的宣传活动充分扩散的一个关键因素是与相关合作者的协调。这项工作包括：

- 与相关公共部门机构协调，包括“丹麦打击知识产权侵权部长级网络”中的 12 个机构，力求使用它们的宣传渠道（社交媒体、网站、通讯等）传播活动知识；
- 与同样有意参与传播该宣传活动的相关私营部门组织协调；和
- 请私营部门合作者通过简单点赞和分享我们的社交媒体活动来参与扩散宣传活动。同时，这一方法向合作者提供机会按照他们最感兴趣的方向定制信息（例如，以假冒食品、海关控制、危险假冒药品等角度）。

29. 我们的宣传活动在国家、地区和当地媒体上得到了非常好的媒体报道。其中包括印刷和在线媒体，以及广播节目和丹麦主要电视频道的黄金时段。社交媒体宣传活动也表现优异。

30. DKPTO 承认，通过与欧盟知识产权局的双边协议已获得用于宣传活动的资金。

[稿件完]

不购买、不销售也不让他人替你购买假冒产品！——日本最近一次反假冒宣传活动

撰稿：日本特许厅（JPO）国际合作课模仿品对策室室长杉山哲哉先生，日本东京^{*}

摘 要

近年来，假冒商品及其造成的损害已成为一个日益严重的全球问题。在日本，反假冒室是一个集中化的咨询中心，负责处理假冒和盗版问题，并协调政府机构与私营公司之间的措施。

自 2003 年以来，日本特许厅（JPO）每年都举行一次打击假冒宣传活动。2021 年，日本特许厅为该活动创建了一个专门网站，内容包括漫画风格的活动视频、影响者现身说法以及面向高中生的学习指南。使用这些指南的示范课已在高中开课。日本特许厅还计划开展以“不购买、不销售也不让别人替你购买假冒产品！”为主题的提高认识活动。

一、 导言

1. 为促进政府打击假冒和盗版的努力，经济产业省于 2004 年 8 月成立了反假冒室。它的任务是铲除假冒产品，遏制对分销到世界各地的日本品牌的滥用，从而保护这些品牌的地位和国家制造业的附加值。

2. 该室于 2020 年 4 月移交给日本特许厅，为权利人和其他相关方提供信息和咨询服务，并促进政府机构之间以及政府机构与私营公司的合作。

3. 在对一项调查的答复中，该室收到了多份要求在日本产品经常被假冒和分销的国家开展提高认识活动的请求。日本特许厅一直在与私营部门合作来推进此类活动。

二、 反假冒宣传活动

4. 自 2003 年以来，日本特许厅每年都开展反假冒宣传活动。活动目的是提高对保护知识产权重要性的认识，并提高对假冒行为所造成损害的理解。

5. 活动每年的目标消费者人群都各不相同，包括国内消费者、网上购物者、有意识购买假冒产品的消费者和年轻人。

6. 日本特许厅在每年 12 月和 1 月都与其他相关组织联合开展此项宣传活动，这样可与圣诞节和新年假日购物旺季时间相协调，以最大限度地增加其信息对消费者的曝光度。

A. 2020 年

a) “不购买、不销售也不让他人替你购买假冒产品！”¹

7. 以“不购买、不销售也不让他人替你购买假冒产品！”为口号的宣传活动在 2020 财年举办了两次：2020 年 7 月 1 日至 8 月 31 日（暑期）和 2020 年 12 月 1 日至 2021 年 1 月 31 日（圣诞节/新年假期）。

8. 在活动期间，日本特许厅开展了四次互联网调查。在 2,000 名受访者中，有 500 人是 20 岁出头的年轻人。约有 10% 的受访者表示，在过去一年中购买过假冒产品，其中约有一半是无意中购买的此

^{*} 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ <https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/campaign/2020/index.html>

类商品。这些数字强调了采取包括提高认识活动在内举措的必要性，一方面要劝阻消费者购买假冒产品，另一方面要教育消费者能够区分假冒产品和正品。



b) 目标消费者人群

9. 在 2020 年的活动中，日本特许厅的目标人群主要是 20 岁出头的上班族，这一人群经常使用二手购物网站和移动应用程序、网上购物、社交媒体（SNS）等，可能会不情愿警告同伴不要购买假冒产品。

10. 事实上，以往调查显示，虽然约 30%的受访者确实警告朋友们要注意假冒产品的危害，但有约 60%的人没有这样做。因此，该活动的侧重点是提醒目标消费者人群这样做的重要性。

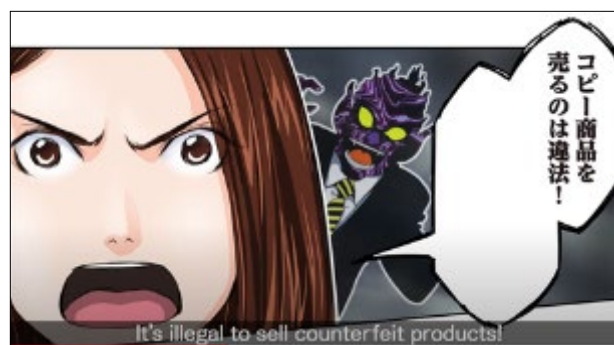
c) 网站和发布项目

11. 日本特许厅为该活动推出了一个专门网站，其中有漫画风格的视频和实用提示，以帮助消费者避免无意中购买假冒产品，例如，识别可疑网站²。

12. 活动视频和横幅广告通过 YouTube、Twitter 和 Instagram 发布。活动期间，观看次数达到 142 万次，并在活动开展以后持续增长。

13. 专门网站上还能看到一个社交媒体项目，由拥有大量年纪在 20 岁出头的追随者的影响者发帖，向目标群体中的 11 万名消费者曝光了活动信息。

² 关于假货的漫画视频见：<https://youtu.be/Wi6NW1LZpF4>。



d) 学习指南

14. 宣传活动的另一项内容是由日本特许厅为教师编制的关于假冒产品的学习指南。指南的对象是高中生，这一人群特别容易通过二手购物网站、移动应用程序和社交媒体购买假冒产品。

15. 该指南符合政府的高中课程规定，并推出了三个版本：“标准版”、“讨论导向版”和“调查和讨论导向版”。所有指南都以 PDF 格式在活动网站上提供。

e) 面向高中生的示范课

16. 2021 年 2 月，通过在东京一所高中的四个高一班级举办示范课，学习指南被投入使用。

17. 学生们听课的照片及其反馈意见一起被张贴在活动网站上，并发布了一份新闻稿。

18. 反馈意见显示对铲除假冒产品有很大兴趣。一名学生说：“这节课非常令人激动，因为我可以实际感受到真正的品牌和假冒品之间的区别。作为一名消费者，我认为有必要将假冒产品视为一个问题。”



f) 政府电视宣传节目

19. 日本特许厅与私营部门和东京海关合作，就该宣传活动举办了一次公共电视提高认识活动，其中展示了没收的假冒产品样品。节目中还讨论了此类产品造成的损害，以及海关官员对假冒产品供应所采取的行动³。



B. 2021 年

20. 在 2021 财年，日本特许厅的年度提高认识宣传活动以青少年（高中生）为重点，并扩展了宣传活动的示范课部分。从 2021 年 11 月到 2022 年 1 月，在四所高中举行了示范课，邀请了反假冒专家作为授课人。课程包括以下核心内容⁴：

- 公司采取的打击假冒措施：授课人使用了实际的假冒产品为例与学生讨论假冒问题；
- 公司的知识产权战略：授课人通过小测验和问答环节解释了品牌保护的重要性；
- 由一家运营二手购物应用程序的公司介绍反假冒措施：通过举办若干讲习班，学生们了解了知识产权制度在购买产品方面如何发挥作用，并受邀思考什么样的产品可能被怀疑是假冒，从而被禁止销售。学生们还学会了如何区分假冒产品和对应的正版产品；以及

³ <https://nettv.gov-online.go.jp/prg/prg21630.html>

⁴ <https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/campaign/2020/gakushu.html#modelclass>

- 正版产品的优点不仅止于其外观：一位伦敦奥运会羽毛球奖牌获得者作为嘉宾现身一节特别课，强调了使用正品而非假冒羽毛球拍的重要性，以及由于使用假冒产品而不得因受伤而放弃运动的风险。



C. 奥运会和残奥会

21. 在奥运会（2021年7月23日至8月8日举行）和残奥会（2021年8月24日至9月5日举行）开幕式上，日本特许厅在推特上发布了关于不得传播假冒商品的警告，并通过其网站宣传了该主题有关内容。日本特许厅要求相关部委和公司转推该帖子，结果该网站的浏览量比前一天增长了四到五倍。

三、其他举措：加强对境外假冒产品涌入的监管

A. 背景

22. 近年来，随着电子商务的发展和日本及其他地区国际邮资的下降，境外经营的企业通过网上购物点直接向日本消费者交运假冒商品的情况不断增加，已成为一个日益令人关切的问题。

23. 然而，日本法律规定，如果货物是由个人进口供个人使用，这种情况并不侵犯知识产权。因此，海关当局不能没收这些货物，因为货物接收方被认定为并非作为企业经营或为商业目的使用这些货物。

B. 立法修正案

24. 为了遏制境外假冒产品的涌入，《商标法》和《外观设计法》得到了修正。从而外国公司被禁止通过国际邮政和其他服务将假冒商品带入日本。对《海关法》的类似修正将于2022年11月生效。

25. 对《商标法》和《外观设计法》的修正案明确规定，如果海外企业经营者使用邮递向日本人发送与注册商标相同商标的商品或与注册外观设计类似的商品，就侵犯了日本适用的商标权和外观设计权，无论接收方是个人还是企业经营者。侵犯商标权或外观设计权的进口商品将在海关被没收。

26. 日本特许厅正在与有关部委和机构，如国家海关当局合作，以增加对修正后立法的了解，并提高消费者的认识。

四、结 语

27. 经过 20 年的宣传活动，日本特许厅感到日本现在对“不购买、不销售也不让他人购买假冒产品”这一口号有了更广泛的认识和理解。

28. 尽管如此，实体市场和电子商务网站上仍继续在交易假冒产品，所以不能放松努力。特别是在电子商务网站，销售假冒产品构成了一个严峻问题。因此，向年轻人，特别是玩转技术的“Z 世代”成员进行宣传至关重要，并要让这些年轻人认识到自己不应该“购买、销售或让他人购买假冒产品”。

[文稿完]

马里工业产权促进中心近期的意识提升活动

撰稿：贸易和工业部马里工业产权促进中心（CEMAPI）主任 Bocoum Fatoumata Sirgata Traore 女士，马里巴马科^{*}

摘要

这份来自马里工业产权促进中心（CEMAPI）的稿件突出了在自 2019 年起的过去四年中，为提高对尊重知识产权重要性的认识所开展的各种举措。

目标群体为经济主体、消费者、地方法官、法院官员、负责经济管制的国家服务机构人员等。得益于积极主动的教学方法，再加上所部署行动的多样性，CEMAPI 触及了大量受众。

这些举措与多个国内和国际合作伙伴协作实施。

一、导言

1. 尽管世界各地均有知识产权法律和体制框架，但知识产权侵权持续存在且不断增加仍然是当今一大问题，对经济和公共卫生造成灾难性后果。这些做法通常涉及假冒和盗版，其影响超出知识产权侵权的范围：投放市场的假冒产品不可避免地导致企业倒闭和失业率上升，从而将消费者置于不安全的状态。

2. 从健康角度而言，假冒是犯罪，因为剂量过高或过低的药物，或者甚至含非活性或有毒成分的药物，在全球几乎自由流通，因为有人拒绝诚实工作和赚取体面生活。在对经济至关重要的农业领域，假冒伪劣杀虫剂和农作物投入的扩散和使用会损害产量。雪上加霜的是，马里地方法官不具备足够能力处理知识产权法事务，阐明法律的义务可能导致他们做出论证不合理的决定，且往往与知识产权法脱节。缺乏有效的保护机制、制裁和意识提升活动，这样的做法将继续削弱国家及其合作伙伴的努力。

3. 在保护创造力和投资的法律环境下尊重知识产权原则能够带来更健康的市场竞争，并改善商业条件。此类环境 1) 保护权利人不受特定知识产权侵权，尤其是假冒和盗版等不正当做法，并且 2) 让投资者放心，确保其投资安全。为此，在自 2019 年起的四年时间内，马里工业产权促进中心（CEMAPI）经贸易和工业部授权，发起了提高对尊重知识产权重要性的认识举措。目标群体包括经济主体、消费者、地方法官、法律官员和经济执法官员。得益于积极主动的教学方法，以及开展的一系列行动，CEMAPI 已触及大量受众。这些举措在国内和国际合作伙伴的支持下实施。

二、概况

4. 根据 2012 年 3 月 19 日第 2012-018/P-RM 号条例，设立 CEMAPI 作为马里工业产权国家管理机构，隶属贸易和商业部。它还以本国名义与非洲知识产权组织联络，该组织由包括马里在内的 17 个成员国构成。CEMAPI 的使命包括促进工业产权，为潜在工业产权使用者开展有效的培训和宣传计划，并为防止工业产权侵权（尤其是假冒和不正当竞争）的机构提供支持。

5. 马里版权局（BUMDA）隶属文化部，负责管理文学和艺术财产。

* 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

三、马里促进尊重知识产权的活动

6. 为在马里提高和促进对知识产权的尊重，CEMAPI 与不同合作伙伴协作开展大型项目，以建设国家在尊重知识产权方面的能力。这些项目包括：

- 2019 年 4 月 26 日在马里落实知识产权权利人保护机制。
- 面向来自国家服务机构的地方法官、法律官员和知识产权执法官员的一系列培训讲习班。
- 在巴马科组织大篷车队，以提高消费者对假冒危害的认识，该活动作为马里首个商标周的一部分开展。
- 为学校 and 高校学生组织“知识产权青年”竞赛。
- 发起关于防止假冒的信息宣传活动。

A. 知识产权权利人保护机制

7. CEMAPI、海关总署与 BUMDA 之间的三方协议形成了一种创新方法，有效打击欺诈、假冒和盗版，并改善商业条件。



8. 在实践方面，该方法涉及自愿提交一份在线表格请求海关总署介入，并提供受保护资产的信息。这项措施允许知识产权权利人向海关当局登记，以便当局能够有效打击假冒和不正当竞争，并且每当相关（已登记）产品入境时，能够在完全了解事实的情况下干预。

9. 关于这项措施的信息指南已提供获取。截至今日，该措施已使得假冒商品被多次缉获，并加强了公司与海关管理部门之间的联系。



B. 系列培训研讨会

10. 2021 年 5 月和 7 月分别为约 60 名地方法官、法律官员和执法官员举办了两个系列的培训讲习班，帮助他们更好地了解自己在确保马里尊重知识产权方面的作用和责任。
11. 讲习班与国家司法行政局合作举办，并得到产权组织以及通过美国国际开发署（USAID）得到美国商务部商法发展计划（CLDP）的支持。
12. 讲习班在关于知识产权事务司法互助与合作的圆桌讨论中结束。



C. 巴马科的大篷车队

13. 商标周是马里首个经济示范活动，促进公司对工业产权的战略使用，并帮助公司和消费者了解商标的所有不同方面。首个商标周于 2022 年 3 月 14 日至 19 日在总理的主持下在巴马科举办。





14. 在该周中有两天，一个大篷车队从上午 8 点至下午 6 点在巴马科来回行驶，以提高消费者对假冒危害的认识。二十三辆以各自品牌颜色装饰的车辆参加巡游，汇集近 2,000 名参与者。在活动期间，参与品牌向路人分发礼品和宣传品。



15. 主持人、艺术家和喜剧演员利用教育和互动技术讲解 CEMAPI 的作用，并提高关于假冒对公众健康和经济的风险和危险的认识。

D. “知识产权青年”学生竞赛

16. 这项活动促进了年轻人的创造力，并向他们传授知识产权如何作为生活中不可或缺的一部分。

17. 第九届系列竞赛在工业、贸易和投资促进部长与高等教育和科研部长的共同主持下于 2020 年 11 月 19 日组织。来自 13 所大学和精英高等教育机构的 124 名学生参赛。

18. 竞赛第一环节涉及使用说明性视频或节目等教具完成一系列关于知识产权的活动。随后是问答环节，并向学生发放问卷表。评审团成员批改完问卷表后，宣布结果并为获奖者颁奖。

19. 活动取得成功。受到马里大学和学生协会的热烈欢迎。它促成了关于与马里法律和政治科学大学教育委员会合作引入知识产权硕士项目的初步讨论。为此成立了联合委员会，目前正在确认计划草案。

E. 防止假冒的信息宣传活动

20. 这项宣传活动通过 USAID 获得 CLDP 的支持，除 CEMAPI 外还有三个组织参与：BUMDA、马里海关总署和私营公司 Sproxil。

21. 以下活动作为该宣传活动的一部分开展：

- 以两种语言（法语和班巴拉语）构思和制作的两个广播和电视节目，针对经济/文化/行业主体和消费者。
- 设计并制作含不同信息的广告牌，放置在最繁忙的道路旁，为期 1 至 3 个月。



- 设计并制作传单及 12 个卷轴条幅（易拉宝），分发并放置在所有参与宣传活动的组织的接待室（见右图）。
- 编写关于假冒和盗版的广播和电视节目指南，含常见问题。
- 制作互动广播节目，接着在节目中开展竞赛，向回答问题的听众颁发 T 恤和其他小玩意。
- 组织与媒体的新闻午餐会/咖啡，以更好地向记者/主持人/有影响力人士/博主提供关于假冒的信息。
- 对马里民众开展基线研究或调查，找到造假者违反法律和伤害使用/购买假冒商品的消费者的根本原因。调查结果深化了对这一问题的理解，并提供适当解决方案。通过调查，引入了上述保护知识产权权利人的措施。
- 制作并传播关于获得知识产权的程序的视频。
- 制作并传播关于打击假冒和不正当竞争人士的视频以及关于宣传活动的电影，并且在宣传活动后在电视和社交网络上播放。

四、结论

22. 过去四年里实施这些意识提升活动已在知识产权方面产生令人鼓舞的成果，并触及广泛群体（年轻人、公司、地方法官、行政机构等）。

23. 同样值得指出的是，得益于积极主动和亲力亲为的方法，CEMAPI 已使其战略伙伴多样化，并签署各种伙伴关系协议，以满足每个合作伙伴的具体需求。



[稿件完]

墨西哥工业产权局的知识产权保护和执法行动

撰稿：墨西哥工业产权局（IMPI）副局长 Aldo Arturo Fragoso Pastrana 先生、墨西哥工业产权局推广与信息技术服务处处长 Viviana Huerta García 女士，墨西哥墨西哥城^{*}

摘要

墨西哥工业产权局（IMPI）开展了各类活动，以提高人们对消费知识产权侵权内容和商品的负面影响的认识，这些活动每年持续举办，并且越来越多。此外，IMPI 还对数据和结果进行测量，以得出对打击盗版工作的需求与进展的概述。

IMPI 采取的行动包括：与知识产权主要利益攸关方合作打击盗版；举办各种研讨会、课程、信息介绍和活动，以促进对知识产权的尊重；开展行动，以获得打击盗版的战略信息；采取措施保证执法，以增加知识产权的价值，惩罚侵权行为。

一、简介

1. 墨西哥工业产权局（IMPI）致力于维护知识产权权利和打击盗版。根据世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协定》（TRIPS 协定），盗版这一概念被用来描述侵犯版权的行为。¹但在墨西哥，“盗版”一词既指对工业产权的侵犯，也指对版权的侵犯。盗版既伤害权利人，也伤害用户。

2. 为此，IMPI 开展了各类活动，以提高人们对消费盗版内容和商品的负面影响的认知，这些活动每年持续举办，并且越来越多。此外，IMPI 还对数据和结果进行测量，以得出对打击盗版工作的需求与进展的概述。有关 IMPI 所采取行动的信息如下。

二、公私合作打击盗版

3. 2021 年期间，IMPI 跟进了反盗版工作组的各项活动，该工作组成立于 2019 年，由商会、知识产权所有人协会和企业组成。其目的是提高对知识产权的认识，促进承认和尊重创新和创造性活动价值的文化，以及分享增强合法文化的行动和良好做法，打击盗版和消费盗版内容和商品的行为。参与知识产权及其执法的不同主管机关获邀参与该小组。

4. 2022 年 3 月 3 日，IMPI 组织了工作组的第一次年度会议，向 16 名成员介绍了今年的工作计划。其各项支柱分别是：

- 支柱 1：分享与打击盗版有关的信息和经验。
- 支柱 2：提高对知识产权以及安全合法使用合法产品的认识。
- 支柱 3：促进全国盗版消费习惯调查。²

^{*} 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ 关于 TRIPS 协定中盗版概念的进一步信息，见世界贸易组织争端解决机构对“中国——影响知识产权保护和执法的措施”（DS362）一案的小组报告第 7.520 段（见：

https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds362_e.htm）以及 TRIPS 协定第 14 页的脚注。

² 关于全国盗版消费习惯调查的更多信息可见下文第五节。

三、知识产权保护周

5. 2021 年，IMPI 组织了第三届知识产权保护周，该项目每年都会举办不同活动，旨在提高对消费盗版内容和商品的负面影响的认识。下文各段介绍了所采取的行动。

A. 信息与提高认识会议

6. IMPI 与反盗版工作组成员合作，于 2021 年 12 月 6 日至 17 日就以下主题组织了内容丰富的介绍：

- 打击墨西哥的盗版和假冒行为；
- 保护和捍卫软件行业的知识产权；
- 数字盗版的风险；
- 与保护墨西哥中小微型企业知识产权有关的战略和挑战；
- 知识产权在数字时代保护和捍卫信号的作用；
- 保护的重要性以及消费盗版内容和商品的负面影响；
- 在数字时代保护和捍卫出版行业的知识产权；
- 葡萄酒和烈酒行业的知识产权以及该领域盗版的负面影响；
- 盗版行为在墨西哥的社会经济后果；
- 知识产权在电影行业中的作用以及该领域盗版的负面影响；
- 在特许经营和知识产权之间建立联系；
- 龙舌兰酒：打击非法活动；
- 打击非法药品市场。

7. 这 13 场会议由工作组成员主持，并在 Facebook 上进行直播。这些会议随后也被上传到 IMPI 的 YouTube 频道。直播会议吸引了 452 名观众，截至 2022 年 3 月底，这些会议的观看次数已超过 6,000 次。

B. 在线研讨会

8. 2021 年 12 月 7 日和 8 日，IMPI 与产权组织合作组织了一场题为“知识产权保护：替代性争议解决手段”的在线研讨会。目标受众是公职人员，目的是向其介绍解决知识产权争议的替代性手段（谈判、调解、和解和仲裁）以及在墨西哥和其他国家执行此类程序的过程。

四、促进尊重知识产权的提高认识活动

A. 直播介绍

9. IMPI 定期在 Facebook 上以流媒体形式进行介绍，旨在向公众宣传尊重知识产权的重要性，消费盗版内容和商品的负面影响，以及知识产权所有人可以采取的行政行为。自 2021 年初起，截至 2022 年 3 月底，播放了 14 场活动，总共吸引了 757 名观众，观看次数超过 14,000 次。

B. 针对儿童和青少年的活动

a) 在课程和讲习班上的介绍

10. 在面向年轻人举办的课程和讲习班上，作出了以下介绍：

- 关于《联邦工业产权保护法》的研讨会。IMPI 与泛美大学合作，于 2021 年 9 月 24 日至 11 月 26 日第二次举办了该研讨会。它针对的是法律专业学生和律师，其中包括关于知识产权保护模块。
- 一般工业产权顾问项目。2021 年 8 月 25 日至 9 月 10 日期间，IMPI 与国家职业技术教育学院（CONALEP）合作，汇集了在该学院注册的 3,500 名年轻人，通过该项目获得专业实习或社会服务认证。IMPI 在项目中纳入了各种模块，以提高对盗版及其消费盗版品有哪些危险的认识。
- 暑期课程。每年，IMPI 都会为年轻人组织暑期课程。2021 年的课程与阿纳瓦克大学合作举办，重点是知识产权与卫生。其中包含关于在国家和国际背景下卫生领域知识产权执法的模块。

b) 创意天才竞赛

11. IMPI 组织了创意天才竞赛，以促进和提高年轻人对保护创作的重要性的认识。2021 年 7 月 22 日至 8 月 19 日，IMPI 邀请 6 至 25 岁的儿童和青年通过绘画、信息图表和动画视频参与竞赛。

12. 总共收到 224 份作品，在 8 月 26 日揭晓了以下各类别作品的前三名：绘画（6-11 岁）、信息图表（12-17 岁）和动画视频（18-25 岁）。项目评审委员会由反盗版工作组成员组成。

c) 开发视听材料

13. IMPI 考虑到焦点小组对盗版的看法³，与反盗版工作组合作开发了各类视听材料。IMPI 通过现有渠道定期传播这些材料，其中包括：

- 在线反盗版视频。从 2019 年首次发布到 2022 年 3 月底，这段视频在 Facebook、Twitter、YouTube 和 Instagram 上被浏览了 57,000 多次。
- 实用指南：
 - 技术保护措施以及通知和移除程序的基本知识。⁴本文件包含对 2020 年联邦版权法修正案条款的解释。
 - 在数字环境中远离盗版的 12 条建议文件。⁵这份文件制定了 12 条建议，人们可以利用这些建议来检查其在互联网上访问的网站是否合法，其中还包含尊重知识产权的相关内容。

³ 这些结果是基于下文第五节所述的全国盗版消费习惯调查得出的。

⁴ 可见：

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598313/Lo_ba_sico_sobre_las_medidas_tecnologicas_de_proteccion_y_el_aviso_y_retirada.pdf（西班牙文）。

⁵ 可见：

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598314/Ale_jate_de_la_pirateri_a_en_la_red_en_un_2x6.pdf（西班牙文）。

- 在数字环境中远离盗版的 12 条建议视频。⁶该视频旨在传播 12 条建议，使公众能够检查其所访问的互联网网站，避免泄露个人信息，成为犯罪的受害者。自 2020 年首次发布以来，截至 2022 年 3 月底，观看次数已超过 10,000 次。
- 技术保护措施以及通知和移除程序：摘要。⁷IMPI 在 2020 年发布了该视频，目的是对围绕 2020 年联邦版权法修正案的误解作出简单澄清。截至 2022 年 3 月底，该视频浏览量超过 8,000 次。

14. 在 2022 年，IMPI 将开发面向儿童的视频。这些视频将强调尊重创造性活动的重要性。该系列的首支视频名为“创造力”⁸，已于 4 月发布。

C. 支持正版运动

15. 2021 年，墨西哥和美国之间举行了高级别经济对话。会上商定，IMPI 将参加美国专利商标局和国家预防犯罪委员会发起的支持正版反假冒运动。

16. IMPI 将通过创建西班牙语版本的支持正版网站来参与这项运动。⁹IMPI 将选择为此运动翻译的内容、完成网站开发，并创造用以推广该运动的吉祥物。

五、 创建打击盗版的战略信息：全国盗版消费习惯调查

17. 自 2019 年以来，IMPI 每年都会对盗版消费习惯进行调查。调查具有方法论基础，使其结果可靠且可追溯，能够获得关于全国人口盗版消费习惯的标准化全面信息。

18. 对结果的分析有助于受盗版影响的商业部门进行决策，也有助于制定公共政策，以找到共同关心的领域。

19. 在 2021 年的调查中，有 2,800 人接受了采访：1,660 人通过电话受访，1,140 人在线受访。

20. 2022 年，IMPI 计划利用 2021 年的调查结果制作信息图表，目的是引起人们对尊重知识产权的关注，提高公众认识。

六、 IMPI 采取的执法行动

A. IMPI 的执法职能

21. 正如墨西哥在执法咨询委员会第十三届会议上提供的材料¹⁰中所详述的，IMPI 不仅负责保护和促进知识产权，而且还负责知识产权执法。IMPI 在知识产权执法方面的新权力详见下文。

22. 随着最近对《联邦版权法》的改革¹¹和新的《联邦工业产权保护法》的出炉，知识产权保护制度取得了历史性的进展。¹²这些法律中包含《墨西哥合众国、美利坚合众国和加拿大协议》中的监管规

⁶ 可见：<https://www.youtube.com/watch?v=fp97i95s2ks>（西班牙文）。

⁷ 可见：<https://www.youtube.com/watch?v=c-9icTa2LFk>（西班牙文）。

⁸ 可见：<https://www.youtube.com/watch?v=-LzZo5EtbM0>（西班牙文）。

⁹ 可见：<https://www.ncpc.org/goforreal/>。

¹⁰ 可见：https://www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/en/wipo_ace_13/wipo_ace_13_6.pdf。

¹¹ 可见：<https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/20225>。

¹² 可见：<https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/20034>。

则，¹³该协议体现了知识产权保护和执法方面的进步，因为其第 20 章 J 节规定最低准则为签署国必须将其纳入国内立法。

23. 为遵守该协议的规定，立法部门通过了新的《联邦工业产权保护法》，授予 IMPI 在执法领域的新权力。该法于 2020 年 11 月 5 日开始生效。

a) 临时措施

24. 新的《联邦工业产权保护法》扩大了临时措施的适用范围。有关各方可以要求 IMPI 在任何海关程序中采取临时措施，包括过境和转运。也可以在数字环境中要求暂停、封锁、删除或终止。检查访问的范围也被扩大，以应对数字环境。IMPI 能够依职权采取临时措施。

25. 为了实施和解除临时措施，IMPI 的知识产权保护司必须对案情成功的可能性进行合理分析。

26. 从前的《工业产权法》规定，要解除临时措施，必须在申请人所提供担保的基础上作出 40% 的反担保，以确保临时措施的实施。与此不同的是，《联邦工业产权保护法》没有规定任何限制，并授予 IMPI 在分析和权衡相应影响后解除措施的权力。

b) 新的侵权依据

27. 在现有侵权行为清单中增加了以下内容：（i）泄漏商业秘密；（ii）将注册商标作为域名使用。

c) 关于损害赔偿的附带诉讼

28. IMPI 承担了一项以前只由司法部门负责的共同权限：命令违法者向受影响权利人支付损害赔偿。目前，IMPI 和各州民事法官都具有这项权限（仅在墨西哥城，就有 80 多名法官拥有这项权力），在 2019 年，据报告约有 400 起知识产权侵权案件。

d) 基于规避技术保护措施的侵权行为——删除或更改权利管理信息

29. 这在墨西哥立法中是一个全新的领域，但在国际立法中早已有之。墨西哥权利人多年来一直在呼吁建立这一执法机制。因此，预计权利所有人将选择行使这项权利。

e) 通知和移除制度

30. 该机制在其他司法管辖区的立法中存在已有 20 多年，事实上已适用于私营部门，现被引入墨西哥立法。这是业界多年来一直要求的规定，预计权利人将转而注意 IMPI 避免对该制度的滥用。

f) 和解程序

31. 为遵守墨西哥《宪法》和国际条约的规定，已经设立了一个专门章节。根据这项新程序，当事方可以接受 IMPI 的和解程序，以便进行谈判并达成可能的解决方案。这是因为此类和解程序会产生更大的法律确定性，它本身就意味着执行，并且会被视为既决案件。

¹³ 可见：<https://www.gob.mx/t-mec/acciones-y-programas/textos-finales-del-tratado-entre-mexico-estados-unidos-y-canada-t-mec-202730?state=published>（西班牙文）。

B. IMPI 采取的执法行动的结果a) 采取的行动数量

	2020 年	2021 年	2022 年 6 月
请求	2,100	2,692	1,346
裁决	1,487	1,935	1,145
检查访问	1,352	2,080	1,578
根据协议要求 ¹⁴	835	909	1,102
应当事方请求	517	1,171	476

b) 被保险的货品

	2020 年	2021 年	2022 年 6 月
产品	558,644	3,460,509	516,469
货品价值（墨西哥比索） ¹⁵	11,308,324	47,504,372	11,723,951
商业价值（墨西哥比索） ¹⁶	76,624,084	656,918,675	75,286,406

c) 罚金

2020 年	罚金	衡量与更新单位 (UMA) ¹⁷	金额 (墨西哥比索)
总计	229	547,200	44,400,211
通过裁决	132	500,150	40,397,450
拒绝遵守检查访问	97	47,050	4,002,761
停业		3	

2021 年	罚金	UMA	金额 (墨西哥比索)
总计	171	525,000	43,047,540
通过裁决	101	494,950	40,374,200

¹⁴ 协议要求的行动是指根据不同集体管理协会或其他私营协会之间的协议所采取的行动（检查访问）。

¹⁵ 货品价值是指在检查访问时确定的价值。

¹⁶ 商业价值是指被扣押产品的市场价值。

¹⁷ 衡量与更新（UMA）是以墨西哥比索为单位的经济参考，用于确定联邦法律、各州和墨西哥城规定的债务和指称的假设的支付金额，以及来自上述所有的法律规定；见 <https://en.www.inegi.org.mx/temas/uma/>。

拒绝遵守检查访问	70	30,050	2,673,340
停业		7	
2022 年 6 月	罚金	UMA	金额 (墨西哥比索)
总计	104	324,900	28,291,605
通过裁决	50	200,250	16,690,285
拒绝遵守检查访问	54	124,650	11,601,320
停业		6	

[稿件完]

尼日尔国家工业产权与创新促进局近期的意识提升活动

撰稿：国家工业产权与创新促进局（AN2PI）局长 Yambeye Ibrahima 先生，尼日尔尼亚美^{*}

摘 要

知识产权作为经济增长的催化剂，有助于各国社会经济和文化的发展及人民福祉。2020 年制定的“国家知识产权和创新发展计划”和非洲知识产权组织（OAPI）2018–2022 年战略规划，促成了有关知识产权各个方面的活动落实。本稿件旨在突出尼日尔开展的多项活动，实现了提交和获得批准的申请数量增加。这些战略的对象是执法机构、司法机关、学术界（研究机构和大学）、企业（中小企业和其他利益攸关方，如初创企业、企业孵化器和企业支持组织）、知识产权权利人、年轻人和普通公众。

一、国家工业产权与创新促进局的使命

1. 意识到知识产权在促进国家社会经济和文化发展方面发挥的重要作用，尼日尔当局依照 2012 年 5 月 2 日第 2012-25 号法成立了国家工业产权与创新促进局（AN2DP）。根据其鼓励知识产权保护和使用、促进创新和技术发展相关活动以及打击假冒的目标，该局组织了培训讲习班和研讨会。主题包括：作品保护；尊重工业产权；产权组织技术与创新支持中心（TISC）；权利执行；以及与司法机关、海关当局和警方协作打击假冒。还有当地的意识提升活动、大篷车队以及通过节目和短剧形式的媒体曝光，相关利益攸关方（经济运营商、大学、学生、手工艺人、司法机关、海关当局、警察、贸易商、企业家、贸易博览会和展览等）亦参与其中。

二、研讨会和讲习班

2. 在 2019 年至 2021 年期间，AN2PI 开展了以下活动：面向经济运营商的保护商号意识提升研讨会（50 名参与者）；关于一般知识产权和《班吉协定》条款的能力建设研讨会，针对在商事法院和上诉法院商事审判庭工作的地方法官、司法官员和其他法官，使他们能够迅速做出公正、公平的判决（80 名参与者）；面向手工艺人协会的保护工业品外观设计意识提升研讨会（23 名参与者）；面向津德尔和马拉迪大学和技术研究机构在读研究人员、行政工作人员和学生的工业产权、TISC 和研究成果意识提升讲习班（84 名参与者）；和面向 TISC 联络人的保护研究成果和使用专利数据库培训讲习班（30 名参与者）。

^{*} 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。



三、当地工业产权保护意识提升宣传活动

3. 2019 年，在尼日尔五个地区，即马拉迪、津德尔、塔瓦、阿加德兹和尼亚美首都区，组织了意识提升宣传活动，吸引近 180 名参与者。这些宣传活动旨在确保目标主体（经济运营商、发明人、研究人员、手工艺人、学童和学生）拥有所需的知识，利用工业产权系统保护各自活动中使用的物品和开展的创作。

4. 2020 年，意识提升宣传活动亦在尼日尔六个地区开展，即马拉迪、津德尔、塔瓦、多索、蒂拉贝里和尼亚美首都区，使当地数百民众和主体认识到保护其作品的必要性。

5. 2021 年，还为塔瓦、阿加德兹、蒂拉贝里、多索、马拉迪和津德尔地区的经济运营商、教师、研究人员和其他主体组织了两次当地意识提升活动，通过多场活动触及 459 人。



四、制作并播放关于保护和尊重工业产权的短剧和节目

6. 自 2018 年起，关于保护和尊重工业产权和工业品外观设计的短剧每年在电视黄金时段以法语、豪萨语和哲尔马语定期播放（见短剧和节目）。



五、大篷车、伙伴关系日、意识提升和挨家挨户当地活动

7. 组织大篷车，以便让尼亚美和周边地区的民众更好地了解 OAPI 国家联络结构。
8. 组织伙伴关系日，介绍贸易商、企业家和手艺人相互认识，从而创造交流机会。共 12 个活动部门（包括卫生）被定为目标。在同一框架下，该局还走访了研究中心。
9. 2019 年 9 月 13 日，作为第二十个年度非洲技术和知识产权日（以气候变化和知识产权为主题）庆祝活动的一部分，AN2PI 组织了开放日活动以及关于保护和提高研究成果价值的会议。
10. 意识提升活动每周两次挨家挨户开展并在贸易博览会和展览上进行。下图展示了 20 人参加的关于保护工业产权资产益处的当地意识提升活动。



六、尼日尔反假冒法草案

11. 在 2019 年 4 月 16 日于尼亚美家园酒店（Homeland Hotel）举办的讲习班上，这份法律草案获得所有相关公共和私营利益攸关方的批准。
12. 随后，在针对在商事法院和上诉法院商事审判庭工作的地方法官、司法官员和其他法官的能力建设研讨会上介绍了该草案，与会者建议了重要修正。预计将由国家版权局向政府总秘书处提交关于这些修正的评论意见。

[稿件完]

阿曼 2020/21 年面向在校学生、教师、家长和当地社区的知识产权意识提升宣传活动

撰稿：教育部创新与科学奥林匹克司教育专家兼司长 Maya Al 'Azri 博士，阿曼马斯喀特*

摘要

教育部与世界知识产权组织（产权组织）合作，在 2019/2020 学年第二学期开展了知识产权意识提升宣传活动。该宣传活动的理念是通过识别不同类型的知识产权、保护方式和侵权后果，提升对保护创新想法的重要性的认识，无论涉及文学还是科学智力作品，以便保障自身权利。宣传活动特别针对学童和社会整体，包括：与不同机构的专家的讲习班；不同等级的竞赛；标签宣传活动 #Let's_protect_our_ideas（“让我们保护思想”）；学生关于提高对保护知识产权重要性的认识的设计，通过活动标签在教育部帐户上发布；以及在该部推特和 Instagram 帐户上持续发布致学童和家长的推文。宣传活动针对来自不同群体的 3,000 名受益人。此外，在疫情期间，该部在 2021/22 学年开展了关于知识产权的虚拟项目。

一、宣传活动规划

1. 宣传活动包括与各相关政府机构合作实施的多项活动。作为第一步，创新与科学奥林匹克司的专家确定了将纳入宣传活动的的项目，并制定了宣传活动实施时间表。与产权组织进行活动协调后，该司联络了参与机构。其中包含政府、教育和研究机构，包括苏丹卡布斯大学创新和技术转让中心、科学研究理事会和高等教育部应用学院。每个机构确认自己将实施的项目，并明确目标群体和实施期限。

2. 还与各个机构的讲师协调准备了活动宣传材料，包括针对学生的文件，其中含有互动式 PowerPoint 和视频演示报告，以及针对教师和专家的讲座主题。此外，创新与科学奥林匹克司筹备并审核竞赛的学术内容，设计并批准向目标群体介绍竞赛的方法。另外，收到了产权组织提供的宣传活动推广工具并用于各项活动，包括为学生和教师提供的纪念品、衬衫和小册子，以及为各项竞赛获奖者提供的光盘、手链和奖牌。活动按计划实施，直至 2020 年 3 月 5 日，由于应对冠状病毒疫情爆发采取的预防措施，决定暂停所有校内和校外活动。

二、宣传活动项目

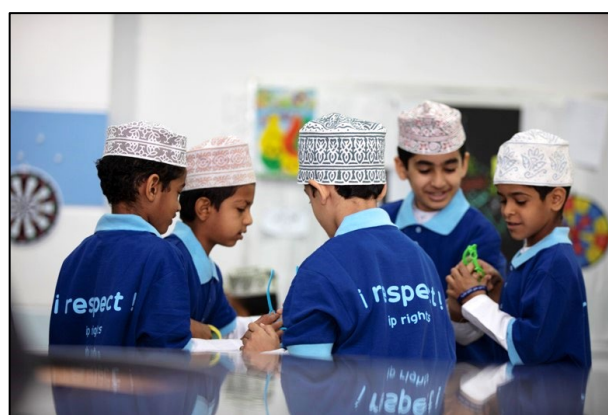
3. 在宣传活动期间实施了多个项目，针对包括教师、学生、家长和社会整体在内的不同部门。这些项目回顾如下。

A. 互动讲习班

4. 在学校和创新孵化器举办的讲习班，包括根据学生年龄组为其设计的作业单。特别注意确保讲习班具有吸引力和互动性。通过视频演示、简短的戏剧小品和一些产品演示等方式，向学生介绍不同类型的知识产权以及可能的保护形式。

5. 讲习班还包括有关专利、版权、地理标志和商标的故事。受过知识产权基础知识培训的教师和专家参与了讲习班的提供。还有关于通过回收可用环保材料制作创新产品的实践讲习班，其间学生们设计新的产品或制作现有产品，接触到了保护和利用创新想法的方法。

* 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。



B. 讲座和讲习班

6. 讲座和讲习班针对教师、课程专家和管理人员，探讨不同类型知识产权（如专利、商标、工业品外观设计、版权及相关权、地理标志、传统知识和商业秘密）的基本内容和重要性。此外，还涉及授予专利的条款和条件，并提供专利数据库以及其中所含的文献和出版物类型实例。讲座由来自不同政府机构的专家讲授，如苏丹卡布斯大学创新和技术转让中心、科学研究理事会和高等教育部应用学院的教授。一些曾接受过知识产权基础知识培训的教师也通过向各省学校的教师同事传授知识，做出贡献。



C. 竞赛

7. 为不同目标群体设计了两种类型的竞赛。针对在校学生的互动竞赛极具吸引力，使用了 Kahoot! 设计，其中若干关于知识产权的问题以多项选择题的形式打印出来，以衡量学生参加互动讲习班之后对概念的了解。除传授关于知识产权类型和概念的新知识外，竞赛还增加了学生们之间的愉快互动环节，使他们的新知识得到测试。



8. 这些校内竞赛原计划持续至 2020 年 4 月 16 日，此外还计划在 2020 年 3 月 8 日至 12 日的全国科学周期间实施宣传活动。但是，由于新冠肺炎疫情大流行相关的全球特殊情况，教育部决定取消所有校内活动，包括全国科学周。政府还决定自 2020 年 3 月 15 日起暂停所有教育机构内的学习。因此，竞赛采用了不同的流程，重心转移至通过各种社交媒体远程提供的项目。

9. 第二种类型的竞赛针对社会各界，是关于知识产权的问答竞赛。该竞赛与苏丹卡布斯大学创新和技术转让中心（中心）合作组织，通过教育部和该中心的推特和 Instagram 社交媒体帐户播放，持续至 2020 年 4 月 26 日世界知识产权日。国内外对该竞赛反响强烈，每天向三名获奖者授予奖牌和实物奖励。



10. 教育部与其他国家机构共同以虚拟方式参与世界知识产权日的庆祝活动，通过包括虚拟对话、展示知识产权领域机构合作和交流的视频报告以及讲述发明人历程的视频等各种元素进行。

D. 媒体项目

11. 宣传活动还伴有社交媒体项目。其中包括发起标签#Let's_protect_our_ideas（“让我们保护思想”），宣传信息通过该标签在教育部所有社交媒体网站帐户上发布，帐户拥有来自社会各个阶层的 24.4 万关注者。发布的信息介绍知识产权、其不同类型、保护方法和侵权后果。学校和其他政府机构也通过在各自的官方帐户上发布相关宣传活动参与其中。



E. 宣传海报

12. 这些是学生提交的设计，表达他们对知识产权和保护知识产权不受侵犯的重要性的理解。所有学校均受邀在教师的监督下参与制作宣传海报，设计通过活动标签发布。学生们通过自己的设计，向社区传达关于知识产权的宣传信息、保护的必要性以及侵权后果。



F. 全国性活动

13. 虽然宣传活动项目于 2019/2020 学年第二学期开始时正式启动，但一些国家层面的活动第一学期末便已开展，为此不得忽视知识产权宣传，因为这些活动吸引了来自社会各界数十万访客。教育部于 2019 年 11 月 4 日至 8 日组织了第二届阿曼科学节，吸引超过 18.4 万名访客，其中含有超过 67 个政府、军事、私营和民间社会机构组织的 350 多项活动。科学节由教育部每两年组织一次，针对社会各行各业，以互动和非正式的方式展示科学的所有分支。这种方式有助于创造对科学的积极兴趣，鼓励年轻人追求科研专业的学习，并提高其创造力和创新技能，从而能够为知识经济做出贡献。这些活动由不同政府和私营机构共同赞助，私营部门提供了大力支持。



14. 阿曼科学节包括一个与苏丹卡布斯大学创新和技术转让中心合作的知识产权角，以此为访客开展多项活动，例如使用知识产权问答表进行的信息竞赛，分发关于知识产权类型和保护方式的手册和印刷材料。知识产权角还有互动游戏，针对创新型学校、



学院和大学的学生，其中玩家沿循建立公司的道路，包括若干障碍和关卡，从而获得身临其境的公司设立和营销体验。特别注意将知识产权角设置在科学创新展旁边，其中包括来自多个机构的 35 项创新，即：教育部；苏丹卡布斯大学；应用科学学院；



高等教育部附属私立学院和大学；和劳工部附属技术学院。参与的学生介绍自己在不同领域的创新，知识产权专家则通过回答学生关于如何最好地保护创新的疑问做出贡献。

15. 除知识产权角外，产权组织还通过组织面向中小学教师的全 国讲习班参与节日。产权组织专家和代表贸易与工业部知识产权司、苏丹卡布斯大学技术转让中心和技术教育学院的四位专家参与了讲习班的举办，该讲习班介绍了丰富的知识产权知识和应用实践。



16. 讲习班涵盖许多主题，如 WIPO 学院的知识产权教育计划、调整知识产权教育的国家和地区视角、教育系统不同级别的教学创新方法以及关于版权、商标和知识产权其他方面课程制作和调整的学术会议。

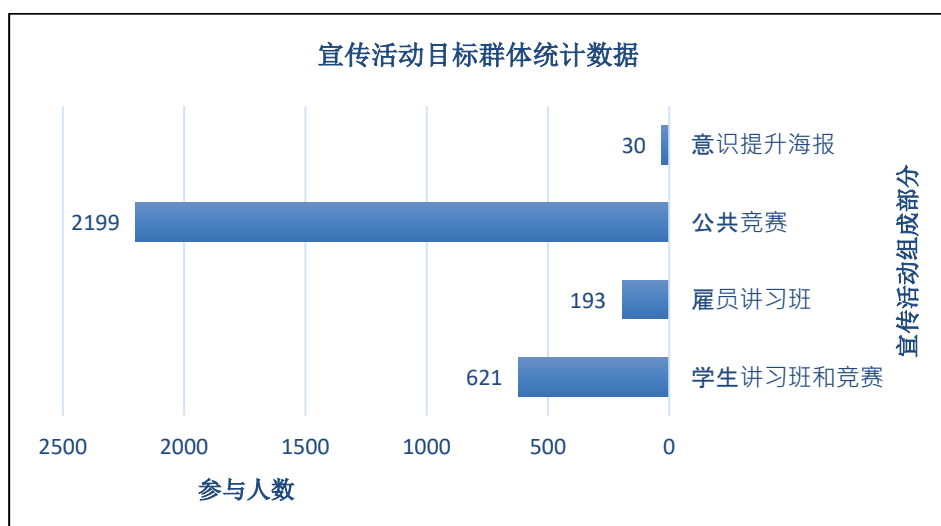
G. 移动 FabTech 实验室

17. 宣传活动实施计划中批准的项目包括通过 FabTech 移动实验室提供知识产权意识项目，这是一辆配备三维打印机等制造技术的巴士，途径各省提供关于学校创新的讲习班。该实验室是教育部公私伙伴关系项目之一。鉴于活动和学习暂停，已批准的项目在 2019/2020 学年并未实施。不过，自学生 2022 年返回学校后，实验室便于 2022 年 2 月初开始实施活动。



H. 宣传活动统计数据

18. 宣传活动触及的学生、教师和社会其他部门的人数表明，尽管教育行业在 2019/20 学年面临特殊情况，但通过各种项目已产生积极影响。触及的总人数为 3,043 人。尽管该宣传活动计划的目标人数高出很多，因为考虑到活动通常会在阿曼学校开展，但当前情况为思考信息传播的创造性方法和注重远程学习的教育项目开辟了新前景。以下图表展示了宣传活动的目标人数，按项目分列。



三、2021/22 学年阿曼知识产权项目

19. 在 2020/2021 学年期间，阿曼的教育由于疫情大多以虚拟方式开展；因此，多个知识产权相关项目以虚拟形式提供，包括：

- 在 2021 年 3 月 21 日至 25 日全国科学周期间，教育部开展了面向教师和学生的虚拟培训讲习班，题为“我们的可持续环境”。全国科学周项目还包括针对 5 至 12 年级在校学生的竞赛，题为“儿童镜头下的环境”，旨在发现他们的摄影才华以及如何保护创意艺术作品。
- 制作名为《法蒂玛与飞行机器人》的意识提升动画，针对年轻学生，以提高对保护创新想法的重要性和保护方法的认识。该动画在创新与科学奥林匹克举办的虚拟讲习班上向学生播放，亦在 2021 年下半年学生返校时播放。
- 富有创造力的 10 年级学生尼亚姆·宾特·察兰·哈拉西荣获阿曼知识产权青年大使称号，是阿拉伯地区第一位获此殊荣的人¹。尼亚姆在阿曼的第一个活动是 2022 年 3 月 28 日至 20 日在马斯喀特举办的学生科学创新国家展上为富有创意的学生做演示报告，以提高对知识产权及如何保护的认识。
- 2021 年 10 月和 11 月，为创新部门和科学奥林匹克的教师和专家举办了关于知识产权、其重要性、保护方法和相关程序的培训讲习班。贸易和工业及投资促进部国家知识产权局的专家参与了讲习班的介绍。在 2022 年 3 月的学生科学创新国家展期间，还为各省监督学生科学创新的教师举办了类似的讲习班。

[稿件完]

¹ 她的故事已发布在产权组织网站：https://www.wipo.int/academy/zh/news/2022/news_0010.html。

菲律宾消费者态度和意识——部署产权组织消费者调查工具包的结果和经验教训

撰稿：菲律宾知识产权局（IPOP HL）行政与裁决副局长 Nelson P. Laluces 先生，菲律宾达义市^{*}

摘要

菲律宾作为部署产权组织消费者调查工具包的试点国家，力求确立菲律宾知识产权意识水平的基准和对使用假冒商品影响的普遍认识。调查还衡量了菲律宾知识产权局（IPOP HL）开展的公众知识产权意识提升活动的影响。

本稿件总结了调查的结果，并介绍了在项目实施过程中遇到的挑战。

一、引言

1. 除国家图书发展局 2012 年开展的图书读者调查外，未建立衡量公众知识产权意识水平的机制。因此，菲律宾知识产权局（IPOP HL）感谢有机会在菲律宾试行产权组织消费者调查工具包¹的部署，以期确立菲律宾知识产权意识水平的基准和对使用假冒商品影响的普遍认识。该调查还衡量了 IPOP HL 的公众知识产权意识提升活动的影响。

2. IPOP HL 在数字产品和消费品调查问卷模板的基础上开展调查，这两种产品的受访者群体并不相同。

3. 产权组织以大韩民国文化体育观光部提供的信托基金为该项目供资，并允许 IPOP HL 列入关于一般知识产权的附加问题。产生的任何额外支出由 IPOP HL 承担。

二、使用的方法

4. 受访者为挨家挨户随机招募，使用多阶段随机抽样以确保目标市场的良好代表性。这意味着在每个当地社区每六户家庭中选中一户，直至达到该区域的样本量。在每户家庭中，每个成员的个人详细信息均予以记录，并使用最近一次生日法选择一位受访者²。每次采访平均持续 50 分钟。

三、受访者概况

5. 研究分为两组，在人口结构上相匹配并从同一当地社区招募，以将其他方面的差异最小化。共募集样本 n=2000 个（每组 1000 个），所用的相互关联地区配额与区域和次区域总体人口以及性别和年龄组分布等因素一致。

6. 调查的受访者包括年龄在 18 至 65 岁之间的男人和妇女，在职的和失业的，来自农村和城市地区所有社会经济类别（ABCDE）的家庭。不过对于消费品调查，有必要确定是家庭中的主要购物者还是主要购物者的陪同者。

* 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ 见 <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4240>。

² 为进行随机选择，选中接受采访的受访者是家中最近刚过完生日的人。

7. 男性和女性受访者平均分布，多数居住在农村地区（53%）。大部分受访者来自棉兰老岛（23%），仅 14%来自国家首都区（马尼拉大都会）。至于家庭类别，大多数属于 D 类³，41%的人有全职工作。多数人年龄也在 20 至 39 岁之间。

四、实施过程中的挑战和限制

8. 一开始，与产权组织签署谅解备忘录出现延迟，因为备忘录草案必须经菲律宾外交部审查。此外，在菲律宾知识产权局（IPOP HL）能够开始项目工作前，调查文件必须提交至菲律宾统计局（PSA），因为根据第 10625 号共和国法案（2013 年菲律宾统计法），开展全国性调查的政府机构必须获得 PSA 的审查许可。其中包括对调查工具、问题和方法的批准。

9. 由于这是 IPOP HL 开展的第一次全国调查，在采购上也出现了一些延误，因为参与投标的供应商无法满足职权范围规定的要求。因此，IPOP HL 由于招标失败不得不重新启动采购程序。

10. 调查于 2021 年开展，当时由于新冠肺炎疫情大流行国家处于封锁中。因此，实地访谈员因封锁限制无法进入特定区域。在开展实地访谈期间，隔离等级又突然提高，这意味着一段时间内无法进行区域差旅，导致实施工作延迟。将调查问卷翻译为不同省份受访者的多种方言亦是一个挑战，因为一些知识产权相关词汇尚无直接译法。

11. 对于消费品调查，由于调查在疫情期间开展，受访者确认的大多数日用品属于必需品。由于企业倒闭和一些人疫情期间无法工作，财务上的限制也影响到一些受访者购买日用品的能力。

五、结果

A. 数字产品

12. 结果显示，大部分受访者每天使用互联网的时间超过四小时，主要在较年轻的年龄组和城市地区。互联网活动主要包括浏览网站和听音乐。

13. 虽然大部分受访者了解能够如何获得电影、音乐、电子游戏等的正版数字副本，但他们也知道如何在线免费以及从朋友或家人处获得非法副本，很大比例的受访者承认使用过这种方法。获取非法副本的成本和便利程度是选择数字产品非法副本的首要原因。在表示了解并使用过非法手段（如从在线资源免费下载、从 YouTube 翻录、从朋友那里复制文件和购买非法副本）获取电影和音乐的人中，大部分属于社会经济类别 A、B 和 C 以及年轻一代。在图书方面，购买二手书或借阅是最受欢迎的获取副本方式。更年轻的年龄组对电子书非法来源的了解最多。

14. 调查发现大部分非法副本的用户担心如果自己在获取这些副本时被发现，会受到处罚。还有人担心电脑会遇到潜在问题。尽管他们认识到正版产品的选择范围也很广，但少数受访者仍试图为自己在电视节目、音乐、电子游戏和图书方面的行为辩解。

15. 就具体行业的说法而言，对艺术家的支持被视为购买正版的的一个原因。但是，也有一些人认为，电影和电视行业已经赚了太多钱。尽管如此，大多数受访者意识到，购买非法副本对行业有负面影响。受访者表示，提供更便宜、更便捷的方法获取正版副本或许有助于阻止盗版。政府批准、正版印章或认可、网站声誉和消费者教育可能进一步帮助他们区分正版和非法副本。产品价格、相关网站的外观和评论也向受访者提供了产品真实性的迹象。

³ 经济类别如下：AB - 高、C1 - 中高、C2 - 中低、D1 - 较低、D2 - 低、D3 - 贫困以下、E1 和 E2 - 难以维持生计（极低）。

B. 消费品

16. 关于受访者知道是假冒的物品⁴，答案主要涉及服装和娱乐（DVD 和音乐 CD）。值得注意的是，棉兰老岛的人对假冒商品的认识较少，而大多数受访者居住在那里。

17. 在现有的假冒物品中，服装是最常购买的物品，有超过一半的受访者购买，其次是 DVD。发现购买假冒服装和移动充电器及配件存在于所有年龄组和家庭类别，而假冒 DVD 或 CD 在 40 至 49 岁的人群中更常见。就地域而言，假冒移动配件是城市地区购买最多的物品。多数假冒物品，无论所涉产品如何，要么出现在市场货摊，要么来自街头商贩。

18. 大部分购买物品的受访者知道它们是假货，一些不知道的表示，即使知道是假货仍会购买。许多受访者无法承担正版物品，这促使他们选择假冒物品。一半受访者还认为，正版物品价格过高，因此他们选择不购买品牌产品而购买假冒产品。

C. 结论

19. 调查发现的一个主要差距是，关于知识产权的信息仍未得到广泛传播和讨论。仅教育公众保护知识产权对他们的益处是不够的，还需教授知识产权对国家和普通民众的益处以及为何需要予以尊重。还应开展更积极、更广泛的宣传活动，告知公众购买和使用假冒、盗版产品的风险。品牌所有者可以在其广告中纳入支持知识产权的标语或警告公众不要购买假冒产品。

20. 更严格的执法以及对销售假冒、盗版产品者处以更高处罚，将遏制和防止人们从事这些活动。政府应在制度中制定、通过并实施反假冒和反盗版政策。

六、吸取经验教训和展望

21. 吸取的一些实际经验教训可能对其他希望部署产权组织消费者调查工具包的国家有所裨益。

22. 关于调查的实施，如果国家知识产权局不具备开展大规模调查的能力——技术或人力，最好将其外包给第三方服务提供商。为确保过程更顺利，知识产权局应研究开展全国性调查是否有应遵循的特定要求或法律，并考虑潜在的风险和问题，以便能够事先予以解决。

23. 在实施调查前，知识产权局还应有一份翻译为所有方言的知识产权相关术语或定义列表，因为所述术语对公众而言可能并不常用。如有可能，知识产权局还应事先将调查问题翻译为所有语言或方言。

24. 展望未来，IPOP HL 目前正在基于实施调查所获得的见解制定交流活动，以减少消费者对侵权产品的需求。

[稿件完]

⁴ 调查将假冒商品定义为“未经授权带有与对此类商品有效注册的商标相同的商标，或基本要素无法与该商标区分的商品，包括包装”。

泰国近期的知识产权意识活动

撰稿：商业部泰国知识产权厅（DIP）高级贸易官员 Porsche Jarumon 先生，泰国暖武里府*

摘要

如今，知识产权更多地在经济增长的背景下得到审视。知识产权对企业而言正在变得至关重要，并迫使它们将各自的知识产权作为维持竞争优势的关键驱动力积极管理。DIP 认识到，泰国大多数中小企业尚未将知识产权战略纳入商业计划。在过去一年里，DIP 注重反向营销战略，旨在积极主动地与企业接触，为他们提供所需的信息。这些活动的目的是提高对企业如何能够从知识产权中受益的认识，其中包括针对年轻企业家的活动、爆红视频短片、DIP 电视频道、有影响力人士的声明。还在学校、大学和课堂上提供知识产权培训。

一、背景

A. 泰国 4.0 政策

1. 泰国经济主要由出口和旅游业驱动。涉及创新或先进技术的产品和服务占出口总值的很小一部分；其中大部分也得益于外国投资和源自外国的技术。遗憾的是，泰国仍陷于中等收入陷阱中，经济主要由低附加值产业驱动。

2. 为使泰国能够克服中等收入陷阱并成为高收入国家，国内有必要拥有自己的创新和先进技术。这一认识也与政府宣布的泰国 4.0 政策一致，该政策是旨在使国家摆脱过去强调农业（泰国 1.0）、轻工业（泰国 2.0）和先进工业（泰国 3.0）带来的经济挑战的模板。根据该政策，包括 DIP 在内的所有相关机构均努力促进泰国人民的创造力和创新，并保护他们的知识产权，以提升泰国商业部门在国内和国外市场的竞争力。

B. DIP 的新愿景

3. DIP 的四个主要责任支柱是为泰国人民促进知识产权创造、知识产权商业化、知识产权保护和知识产权执法。以前，DIP 主要侧重于知识产权保护和知识产权执法。但是，在过去几年里，DIP 重新调整了其目标的优先次序，更加重视知识产权创造和商业化，因为这对奠定泰国经济未来可持续增长和繁荣的坚实基础至关重要。

二、近期发展

4. DIP 通过各种活动和渠道为泰国人民树立知识产权意识，特别是对研究人员、创造者和企业家：

A. 建立知识产权咨询中心（IPAC）

5. DIP 于 2021 年成立了知识产权咨询中心（IPAC），作为一站式服务单位，通过包括 Facebook、Instagram、推特和 LINE 等社交媒体在内的线下和线上渠道，向感兴趣的人提供知识产权所有领域的咨询和知识。IPAC 每月提供 800 多个知识产权案件的咨询，其中超过 70% 涉及商标和专利。DIP 期望，

* 本文件所表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

当人们对知识产权有足够了解后，能够创造出有价值、能够商业化的知识产权，并为个人和国家创造收入。

B. 建立技术与创新支持中心（TISC）网络

6. 2021 年 8 月 13 日，DIP 与位于国内不同地区的 10 所高等教育机构签署了谅解备忘录，以建立技术与创新支持中心（TISC）网络。自此，DIP 与网络成员开展了各种活动，进行与知识产权一般知识、知识产权管理和使用免费和商业专利数据库检索专利相关的能力建设。我们期望每个 TISC 均能提供与 IPAC 同等水平的知识产权咨询，并成为其所在区域研究人员和企业家的知识产权中心。

C. 组织真人秀“THE PITCHING”

7. 认识到知识产权对于公众往往难以理解，DIP 制作了名为“The Pitching”的真人秀，旨在利用流行形式对公众进行知识产权教育。在节目中，来自不同行业的 20 位候选企业家通过试镜并分为四个小组，每组由一名泰国知名人士带领。在六集节目中，重要的知识产权信息每集由知名人士以简化的方式传达，以有效吸引观众注意。DIP 还利用 Youtube 和 Facebook 等在线平台，扩大节目的覆盖面，使第一季的观看量超过 200 多万次。

D. 线下和线上研讨会

8. DIP 继续通过线下和线上渠道组织和共同组织研讨会。研讨会包括广泛的知识产权相关主题，从知识产权一般性介绍到专利申请的起草，并且针对不同受众，如大学生、企业家、研发机构研究人员等。

E. 重新设计知识产权市场（IP MART）平台

9. 认识到知识产权商业化的重要性，DIP 重新设计了现有 IP MART 平台的用户体验/用户界面（UX/UI），更便于用户使用。IP MART 平台是知识产权创造者能够展示其作品的地方，促进与潜在买家的匹配。DIP 还在潜在网络中推广 IP MART 平台，如教育和研发机构（知识产权卖方）以及泰国工业联合会和泰国商会（知识产权买方）。

三、未来方向

10. DIP 将继续开展各种针对普通民众的知识产权意识提升活动，因为坚信关于知识产权的更多了解对于奠定可持续知识产权生态系统的坚实基础非常重要，而这反过来将促成符合泰国 4.0 政策预期成果的本土创新和先进技术的创造。

[文件完]