

执法咨询委员会

第十届会议

2015年11月23日至25日，日内瓦

工业产权执法：西班牙专利商标局(OEPM)的经验

撰稿：Cristina Fernández Ordás，工业能源和旅游部西班牙专利商标局法律协调与国际关系司司长，马德里*

摘要

西班牙专利商标局(OEPM)通过依法保护多种形式的工业产权促进和支持经济和技术发展。它的一项主要职责就是提高对无形资产对西班牙商业环境重要性以及假冒的危害的认识。在过去的几年里，通过研究、特别日和活动做了很多这方面的宣传工作。最近的一次活动主题是“不与假冒同谋”，强调假冒的负面影响并唤起消费者的责任作为清除假冒的关键工具。除了传递强大决心的海报，活动制作了一段关于一个曾经在西班牙非法居住的人证词的录像，他花时间在“top-manta”（在街上销售假冒产品，常在毯子上）上。

* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表WIPO秘书处或成员国的观点。

一、导 言

1. OEPM 是工业能源和旅游部下的一个自主组织，通过授权专利、实用新型、工业设计、商标和商号，依法保护多种形式的工业产权促进和支持经济和技术发展促进。

2. OEPM 也代表西班牙参加国际工业产权会议和组织。

3. 此外，OEPM 还传播各种形式的工业产权保护信息。其一项主要职责就是提高对无形资产对西班牙商业环境重要性以及假冒对社会危害的认识。

4. 因此，OEPM 采取的 2012-2014 年战略，设定了鼓励遵守工业产权的战略方法。这种方法的成功率有 93% 而且包含了诸如训练和协调警察和海关的服务，训练和协调司法人员、提供信息和引导那些其工业产权受到侵犯的商人，为消费者组织关于假冒的早期学习活动，出版关于工业产权的文章，等等¹。该战略方法并不是一次性的倡议，因为遵守知识产权是 OEPM 战略的关键要素。

5. 西班牙先锋的创造了合作机构框架以打击假冒，在国家和欧洲联盟层面都是如此。

6. 在国家层面，着眼于增长的假冒现象，于 2000 年建立了一个跨部门的委员会以打击假冒知识产权。OEPM 局长是该委员会成员，他的主要任务是协调西班牙打击假冒的各部的活动并对该问题提出合适的解决方案。全部是由国家行政管理人员组成的这个委员会于 2005 年被打击假冒工业产权跨部门委员会 (CAPRI) 取代。由于假冒活动的继续和增长凸显了公共和私人利益攸关方配合和协调的重要性，新的跨部门委员会的成员包括了自治区代表、地方机构、工业产权保护组织和消费者和用户委员会代表。

7. 2014 年，CAPRI 被整编并赋予了新的功能，主要是面向打击假冒工业产权的国际组织创造联系，主要是欧洲知识产权观察站。由于其也需要激励 CAPRI 的活动，其操作形式修改为设立工作组在提出解决方案方面承担更多的责任。共设立了三个工作组：

- 法律：为更好的保护知识产权完善现有法律；
- 统计：汇编工业产权的数据并进行研究；和
- 宣传：策划活动提高在该领域的意识。

8. 在欧盟层面，建立欧洲知识产权观察站的提案是在 2003 年西班牙担任欧洲联盟议会主席时提出来的。7 年后在 2010 年，又是西班牙担任欧洲联盟议会主席时观察站的结构和权利进一步得到发展。自其 2011 年建立以来，OEPM 已经积极地参与了观察站的 5 个工作组。

9. 在此协调工作框架内，OEPM 已经通过研究、活动和特别日的方式在提高对假冒问题的意识和其负面影响方面做了大量的努力。

二、研 究

10. 与国家商标保护协会 (ANDEMA) 一起，OEPM 已经进行了一系列研究以有效引导意识提高和宣传活动。

¹ 关于活动结果的更多信息，可见网址：http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Noticias/2015/2015_02_10_Informe_Evaluacion_Estrategia_2012-2014.pdf

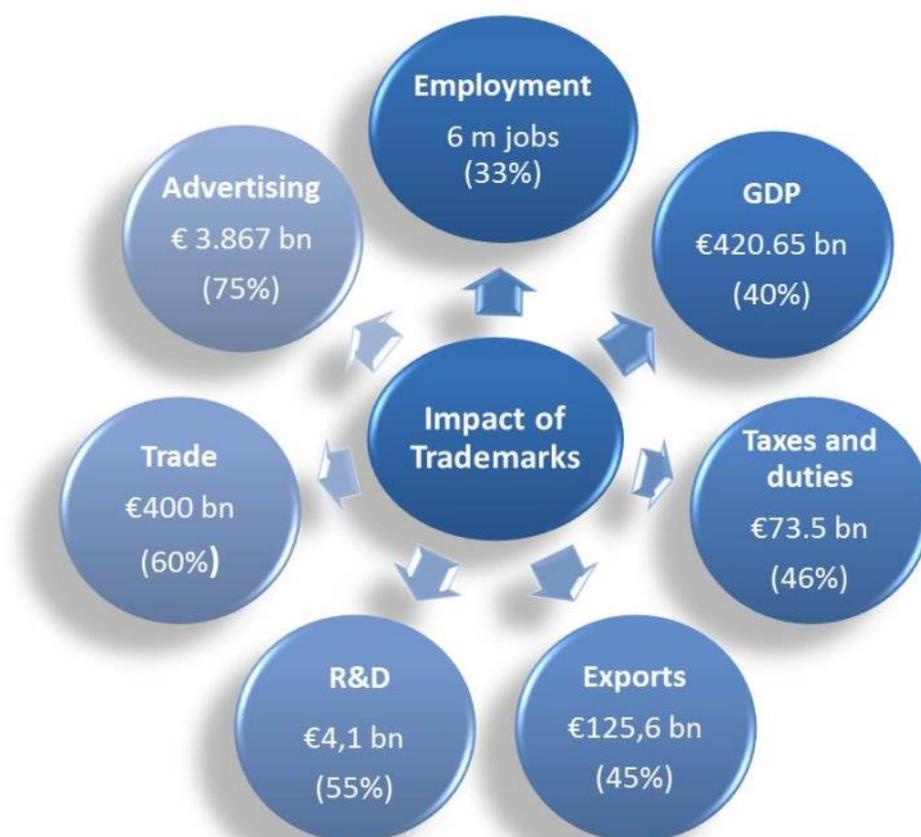
A. 商标对西班牙经济和社会的影响

11. 在 2012 年，为了确定和计算商标对西班牙经济增长的贡献，阿利坎特大学被委托进行了相关研究。

12. 下列这些变量被检验：就业、国内生产总值(GDP)，税捐、出口、研究和发展，贸易和广告。

13. 研究的主要发现是：

- 商标不仅是国内贸易的关键，生产产出超过 4,000 亿欧元(占全部产出的 60%)，在国际贸易也是如此由于商标提高的出口产品价值超过了 1,256 亿欧元(占西班牙全部出口的 45%)；
- 商标所有人花费在广告商的份额是 38.67 亿欧元(占全部广告花费的 75%)；
- 商标在推动研究和发展方面扮演了重要角色，总花费在 41 亿欧元(占研究和发展 的 55%)并贡献 GDP 了超过 4,000 亿欧元(占西班牙 GDP 的 40%)；
- 商标产生了 735 亿欧元的税收(占总税收的 46%)，和企业及工人的 705 亿欧元的社会保障缴款；
- 在就业领域，商标为超过 600 万人(占全部就业人口的 33%)提供了工作岗位。



B. 消费者对假冒的观点

14. 为了发展有效的宣传活动，于 2013 年商会最高委员会的研究服务被委托进行关于消费者对假冒观点的研究。

15. 研究显示在西班牙消费者购买假冒商品的是年轻人(18-29 岁), 住在超过 50 万居民的人口集中区, 经常决定家庭购买, 消费者品牌忠诚度较低并不清楚假冒的危害作用。

16. 当消费者购买假冒, 他们寻求的是声誉但他们并不期待产品符合他们的期望。研究发现消费者的环境(包括, 例如与假冒产品的易接触性, 发觉与假冒相关的风险还有习惯和文化因素)以及价格在购买决定中是关键因素。

17. 最常买到的假冒产品是服装用品、香水和化妆品、皮革制品和配件、体育用品和运动服装、鞋子、表和珠宝。他们大多可以在市场和 top-manta(在街上出售, 通常是在毯子上)找到。

18. 至于相关数据, 研究发现:

- 12.4%的消费者承认曾经购买假冒产品, 大概有 34%了解的人曾经购买假冒产品;
- 大体上, 人们知道购买假冒产品的负面作用; 还有
- 三分之一的假冒产品消费者希望继续这么做。



三、宣传和活动

A. “停止假冒”微网站

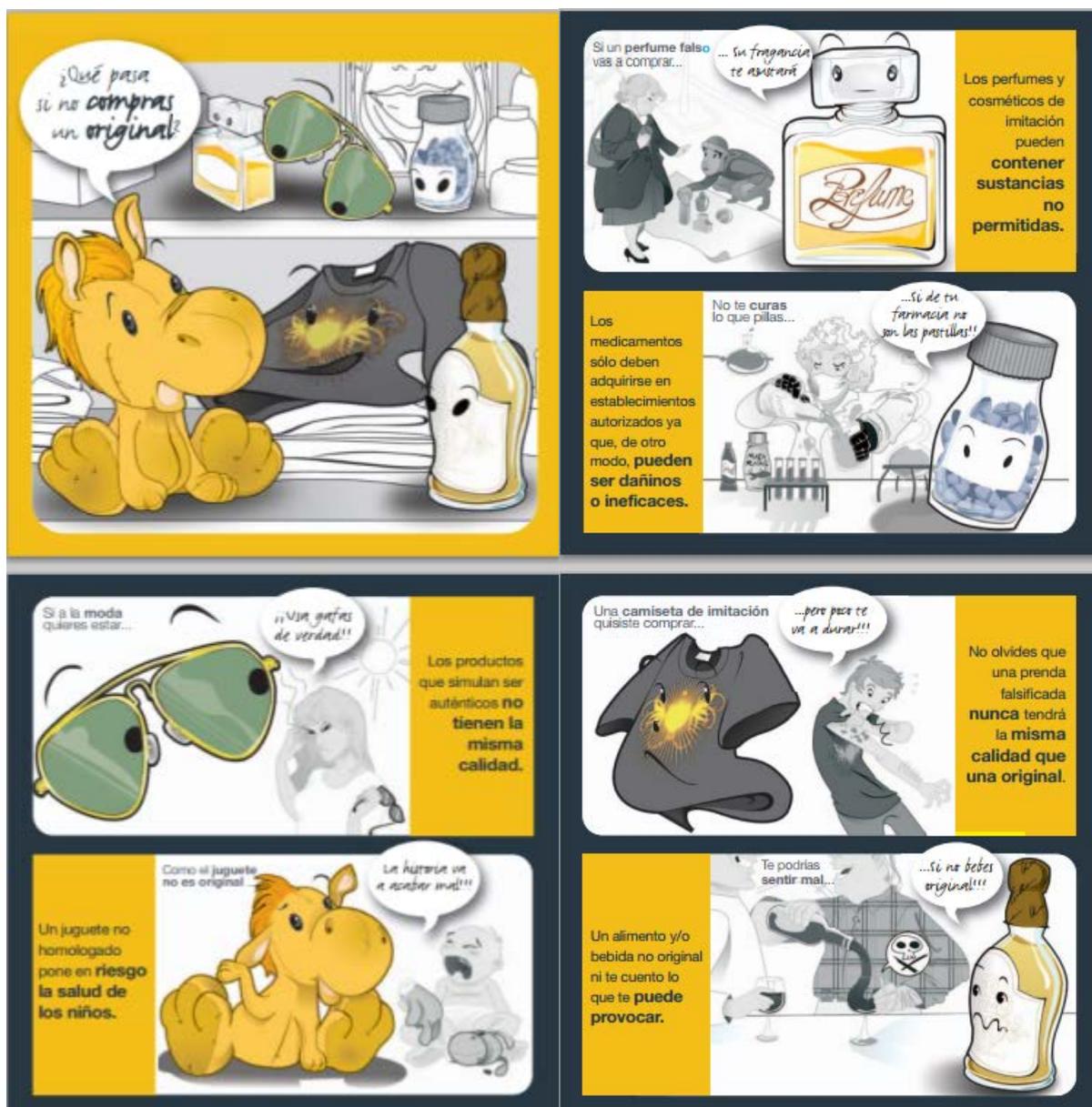
19. OEPM 定期更新一个关于打击侵犯工业产权的微网站, 信息如下:

- 工业产权侵权的新闻;
- 关于地区适用法律的信息;
- 常见问答;
- 可以令普通公众和商人进行询问的联络人; 以及
- 活动和手册。



B. “我是原创”活动

20. 在 2009 年，组织了一次提高消费者意识的宣传活动。手册、别针和贴纸在西班牙的至少 82 个城市散发，受众超过 10 万人。



21. 鉴于该活动的成功，决定在社会化媒体上继续进行。自 2012 年，为了达到各种类型的消费者并推动改变那些自愿购买假冒产品的消费者的观点，“我是原创”已经活跃在 Facebook 和推特上了。



- 活动在 Facebook 上有 1,714 名关注者并提供关于侵犯工业产权和假冒主题的新闻。
- 活动的推特名称是@YoSoyOriginal_拥有超过 1,268 名关注者。每周都增加 15 个新关注者。该推文希望提高对假冒产品的负面作用的意识以降低对人们的剥削、非法贩卖、对西班牙商业环境的破坏还有其他购买假冒产品的负面作用。

22. 在 2014 年，活动创建了网站 www.yosoyoriginal.es，该网站包含一个互动的地图囊括了所有消费者、警察、宪警和其他打击假冒的组织和机构的运行和新闻公告。



C. 世界反假冒日

23. 自 2010 年起，OEPM 和 ANDEMA 已经开始共同组织世界反假冒日活动，还有税务管理机构(海关部门)的协助以及其他国内司法机构。

24. 活动希望提高对各种工业产权(商标、专利和工业品外观设计)对西班牙公司产生价值还有侵权引起的危害和危险的认识。

25. 每年, 活动都在西班牙打击假冒的战略飞地举行。目标是特定港口和飞机场, 比如巴伦西亚港、拉斯帕尔马斯和阿尔赫西拉斯还有马德里机场。2015 年, 活动在维戈(蓬特韦德拉)举行, 呼应在佩德拉市场进行的大规模反假冒行动。

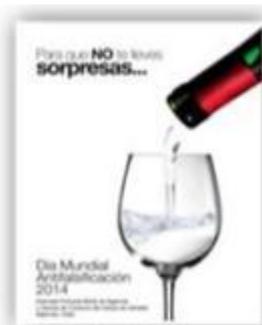
26. 在 2015 年的世界反假冒日上举行了 2 项特别庆祝活动。第一件就是由执法机构和税务部门(AEAT)举行的新闻发布, 评论了了解在西班牙假冒在社会和经济方面的关键指数。第二国家和国际出版机构还有商人举行了圆桌会议分享最佳的行动。西班牙当局分享了他们的经验, 还有欧洲知识产权侵权观察站以及葡萄牙国家工业产权局(INPI), 由此描绘了世界范围的该问题。在辩论中, 交换了关于假冒的社会和经济风险还有拟议的协同措施。该活动是在打击假冒的斗争中硕果累累的公共和私人机构合作一个清楚的例子。

27. 此外, 还有海报大赛选出与打击假冒有关的原创标语的最佳设计的海报, 然后其将作为世界反假冒日的标志。

28. 为了提高对假冒带来的规模和危险的认识并建立对工业产权的尊重, 设立了一个全国的巡回展, 展出决赛和获胜作品以及其他获准展出的作品。



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2013
Autora: Ana Valderrama



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2014
Autora: Susana Ibañez



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2015
Autor: Alfredo León

D. “商标，你的未来” 宣传活动

29. 2012 年 OEPM 和 ANDEMA 发起了“商标，你的未来”活动以提高消费者对商标重要性的认识。

30. 超过 140 个公司和机构支持了“网站历史上的第一次日蚀”。打开参与的公司和公共和私人机构的网页, 他们都向消费者传递同样的信息: 商标对商业环境、经济、就业和社会的重要性。所有的网页都被蒙上了一层显示日蚀的网页, 在日蚀周围环绕着相关的商标。屏幕重新导向活动网页 www.marcastufuturo.com, 其显示日蚀被行星环绕。每颗行星都包含一条关于商标基础的关键信息。然后行星整齐的排列在太阳周围将日蚀从一个没有商标的世界移除。

31. 其目的是解释商标给社会带来了什么: 它们创造了数以千计的工作机会、为税收收入做出贡献、通过出口改善贸易平衡、吸引研发投资还有最重要的是确保健康和安全的消费, 但消费者并不总是能意识到这一点。

32. 该活动的网站每分钟有 100 次点击。85%的访问者来自西班牙而其余来自英格兰、法国、澳大利亚、加拿大、美国、印度、哥伦比亚、秘鲁、阿根廷、巴西和俄罗斯。



33. 这次活动 在媒体上产生了巨大的影响在社交网络和博客都有涉及。

E. 世界知识产权日：“商标马拉松”

34. 在 2014 和 2015 年，马德里举办了“商标竞跑马拉松”以庆祝世界知识产权日。



35. “商标马拉松”包含下列活动：

- 教育寻宝通过 4 个不同的挑战活动，让孩子们了解商标和创新的重要性以及假冒的风险。孩子们在 T 恤衫上设计自己的商标，明白了什么是创新并通过创新解决技术问题，学习商标是如何为国家的经济和社会做出贡献的，在警察的帮助下，发现假冒的有害作用；
- 警犬和警察特别警犬队展示；以及
- 5 公里成人跑步比赛。



36. 比赛的优胜者可以获得赞助品牌的礼品。所有的跑步者都可以获得印有“商标马拉松”图案的 T 恤衫还有一袋由品牌所有人提供的产品。一个特别奖项颁发给了国家警察队伍以表彰他们在打击假冒行动中的贡献。

37. 在 2015 年，超过 75 个品牌所有人、协会、基金和机构支持了该活动的发起，并在媒体上产生了巨大影响：

- 在“商标马拉松”网站上有超过 14,000 次点击，平均每天 120 次；
- 在推特上超过 10,000 次发表请求，还有超过 340 个对话；
- 在 Facebook 上超过 3,000 人浏览，40 次分享以及超过 80 人点“赞”。



F. “做自己，用正品”活动

38. 在 ANDEMA 和 OEPM 的支持下，2014 年大众消费者协会 (ASGECO) 发起了“做自己，用正版”活动以提高消费者和用户对假冒的个人和社会经济风险的意识。活动工具包括在 OEPM 的 Youtube 频道上发布的一段视频。视频强调了假冒的两面性以及其在某些产品上隐含的风险，如药物和汽车零部件。其

他的活动视频，以及关于假冒产品的发现和后果的消费者手册可以在以下网页上找到 www.asgeco.org/consumeoriginal。



G. “不与假冒同谋”活动

39. 在 2015 年“不与假冒同谋”活动举行了，强调假冒的负面效应以及唤起消费者的责任，以消除这些罪行。活动传达了信息，假冒不仅仅影响经济；它还影响整个社会。它导致西班牙公司和 SMEs 的巨大困难，导致失业和研究创新开支的缩减。它误导消费者并带给大众严重的健康和安全风险。假冒直接与劳动剥削、贩卖非法移民和组织犯罪相联系。

40. 活动使用的是从假冒产品的消费中提取出信息和坚实的证据，比如：

- 失业和公司倒闭；
- 资助黑帮活动和有组织犯罪；还有
- 对消费者的健康和安全风险。



41. 活动还制作了一段视频纪录片包含了 Ousmane Seck 的证词，他现在住在托雷维耶哈(西班牙)。他在 2009 年非法进入西班牙并涉嫌在 top-manta 销售假冒产品。直到他决定停止销售假冒产品，感谢他的毅力和一个 NGO 的帮助。



四、信息活动和研讨会

42. OEPM 通过各种活动和研讨会参加了大量的宣传活动，可以总结如下：

- 信息日可以交流在西班牙购买假冒产品的危险；
- 庆祝世界打假日；
- 训练和协调司法人员，尤其是通过拉丁美洲地区法官知识产权研讨会，该研讨会自 2002 年起每年举办；
- 训练和协调海关和其他执法官员，通过特别的行动，如商标和专利注册数据分析可以从 OEPM 的数据库里免费获得。

[文件完]