



编者按：李克强总理在今年的政府工作报告中提出“全面加强知识产权保护，健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度”，这让“对恶意侵犯知识产权者要重罚直至倾家荡产”的鲜明态度有了法律依托，是知识产权保护的法律宣言。让凝聚着奋斗者无数心血和汗水的知识产权，得到社会的尊重和法律的保护，从而激励创新创造，引领经济增长方式转变，进而依托科技和自主创新，实现我国经济又好又快发展，已经成为共识。

在全球化的背景下，加大知识产权保护力度，利用好知识产权对于高质量发展的杠杆作用，是实现大国崛起的必然选择。在今年的全国两会上，知识产权保护成为一个热点话题，四川省知识产权服务促进中心党组书记赵辉，五粮液集团董事长李曙光，民革四川省委主委、著名法学家里赞，好医生药业集团董事长耿福能四位全国人大代表分别在代表团发言，并接受了《中国企业报》记者采访。

知识产权保护刻不容缓，不能雷声大雨点小

将查处“傍名牌”“搭便车”等商标侵权行为列入打击知识产权违法犯罪的重点内容



赵辉



李曙光



里赞



耿福能

本报记者 龚友国

在今天的政府工作报告中，李克强总理提出要健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，对此，全国人大代表、五粮液集团董事长李曙光表示非常赞同，他在四川代表团小组讨论时发言表示，五粮液作为知名品牌，每年都会遭受众多侵权，每年知识产权的维护费用高达上千万，建议国家要加快知识产权立法和省级知识产权专门法院的建设。

在十三届全国人大二次会议11日记者会上，国家知识产权局局长申长雨表示，新一轮中国专利法的修改中，在健全侵权惩罚性赔偿制度上，对故意侵权者规定了最高五倍的惩罚性赔偿，让侵权者付出沉重代价。

我国知识产权保护虽然有了长足进步，但仍然存在诸多需要修改完善的地方，全国人大代表、四川省知识产权服务促进中心党组书记赵辉，全国人大代表、民革四川省委主委、著名法学家里赞在接受《中国企业报》记者采访时表示，这是由多种原因造成的。赵辉表示，知识产权属于无形资产，人们的理解差异较大，为避免遭遇侵权遭受损失，企业提前做好知识产权布局也很重要。站在新的时代背景下，里赞强调，从模仿、复制到创造，我国已走到了世界舞台中央，只有原创产品、原创思想和精神才是我们真正能够屹立于世界中心的基础，所以，提升全社会的知识产权保护意识显得尤为重要。

严惩傍名牌的商标侵权行为

娃哈哈、粤利粤、七粮液……当这些奇怪的名字出现在我们的视野，其背后折射出的却是在利益驱动下，公然对著名商标的侵权行为，我国知识产权侵权的

现象依然存在，保护工作任重道远。

在今天的政府工作报告中，李克强总理指出要“全面加强知识产权保护，健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，促进发明创造和转化运用”。在2018年，针对知识产权侵权，李克强表达了“对侵犯知识产权者要加大加倍惩罚，对恶意侵犯知识产权者要重罚直至倾家荡产”的鲜明态度，惩罚性赔偿制度的提出，为这一态度提供了强有力的法律制度的支持。

全国人大代表、好医生药业集团董事长耿福能一直在关注知识产权保护问题。在今天的全国两会上，他的议案也与知识产权保护、品牌保护有关。耿福能在接受《中国企业报》记者采访时表示，保护知识产权，更应该保护围绕着商标和品牌的整个生态链，这一观点引起了社会各界热议，有分析人士认为，这个对于保护知识产权具有重要意义。

据了解，随着中国经济的腾飞，越来越多的企业更加重视品牌效应和品牌保护，创新品牌也成了主流。不过，依然存在一些侵权乱象。

行业统计数据显示，2017年我国共立案查处商标侵权假冒案件5.82万件，仅2017年国家商标局制止恶意注册的商标侵权案件就有5734件，占异议成立案件的28.41%。这些数据，耿福能几乎烂熟于心。这些年他一直关注知识产权的保护，曾获得全国知识产权工作先进个人的荣誉。

耿福能认为，商标首先是一种符号，其初始功能为表现产品出处，代表商品声誉。而随着商标的市场使用，经营者在商标上的投资逐步增加，商标开始成为一种独立的财产、交易对象，而且其价值会远远大于商品本身

的价值。经过市场竞争的洗礼，商标已经成为企业无形的资产，它的重要性更是与日俱增。驰名商标享有较高的信誉和价值，是一种无形的巨大财富，所以，它非常容易遭受侵害。有个别企业和个人利用现有驰名商标的品牌价值，“搭便车”故意复制、模仿他人已经在中国注册的驰名商标牟取暴利；或有不法分子利用政策漏洞，抢注商标，甚至将他人的驰名商标作为企业名称使用，这是严重侵害别人企业资产的行为。目前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，高质量发展呼唤更多自主商标品牌。

2018年8月，法国依云矿泉水有限公司起诉国内两家企业擅自使用知名商品特有包装、装潢案尘埃落定。法院判决被起诉的蒲公英公司所属公司十日内向依云道歉，并赔偿43万余元。

“依云这个品牌的建立，很大程度上取决于其完善的保护知识产权生态链。”为此，耿福能通过调研发现，围绕“依云”这一品牌，整个保护知识产权的生态做得相当完善，“其他商家不仅不能模仿人家的外观，甚至当地政府在水源地附近方圆多少公里内都不允许其他企业开采取水，更不能建立有污染的工厂。”

耿福能说，这就是保护知识产权的上下游，保护其整个生态链。如果保护产权仅仅是保护一个标识、一个符号，那么有不良动机的商家可以轻而易举，稍微改一个字、修改一个图形，就可以成为自己的商标，这明显会对辛辛苦苦创立品牌的企业不公平，也会打击他们的信心。知识产权和商标的背后其实是科技、创新、投资、企业诚信和匠心、企业服务和人品的积累，是代表一个人、一个群体的智慧和创造的财富。“保护知识产权，就

应该保护知识产权全生态链，这样才有可能形成知名品牌。”

耿福能这几年的履职重点放在了对商标保护、品牌保护的调研工作上。今年也准备了十多份相关的建议，从多个方面、多维度提出了具有建设性的建议，他认为，进一步加强品牌保护工作可以从三方面入手：

一是建议国家建立政策机制，做好品牌商标防御性注册工作，保障品牌商标成为激励企业提高产品和服务质量、树立商业信誉的“压舱石”；相关职能部门还应建立商标案件纠错机制，对通过不正当手段获取商标核准的，应撤销注册，保障法律正确实施，维护商标专用权威，营造品牌生态环境。

二是加大打击商标侵权工作力度。刑法对驰名商标的保护仅仅局限于同种和同类别产品的保护，对打击处理“傍名牌”行为存在一定缺陷。因此，应将“傍名牌”、“搭便车”商标侵权行为列入每年打击侵犯知识产权违法犯罪的重点工作内容，以更好地保护消费者以及品牌企业的合法权益。

三是国家出台品牌建设保护措施。针对众多企业品牌保护意识不强、维权能力不足等问题，建议国家出台品牌建设实施细则，助力企业品牌保护。可充分发挥各个行业商协会的作用，探索一套公允的品牌评价指数体系，由第三方机构来做一些公允的评价，彰显品牌的力量。

“从一定意义上说，经济高质量发展就是品牌发展。国家或地方经济要高质量发展，就必须加大知识产权生态链和品牌的保护。”耿福能说。

知识产权保护不够存在多种原因

“去年五粮液遭遇了两起比

较典型的商标侵权，一个是‘大午粮液’，听名字就具备一定的商标侵权特征。我们在山东提起诉讼，一审二审都判我们胜，最后对方又告到了最高人民法院，最高法判我们败诉。还有一个是‘九粮液’，我们也提出了行政仲裁，但法院判的是不构成侵权，现在我们已经起诉到了最高人民法院，已经一年多还没有结果。”谈及五粮液被侵权的时候，李曙光举了两个具体的案例。

“在实际工作中，我们确实发现知识产权保护还是一个难题。就像‘好医生’与‘平安好医生’的商标纠纷案，好医生药业集团起诉平安商标侵权，这正是知识产权的特点和特性，因为它是无形资产，不像具体的实物，人们对无形资产的理解有很大的差异。”赵辉说，知识产权有较强的专业性和技术性，我国的知识产权侵权案比较多，与我国经济发展水平也有关系。

近年来，我国知识产权保护存在诸多问题，里赞认为这其中有多重原因，他从四个方面进行了深入分析。

第一是我们的知识产权保护意识不强。尊重别人的知识产权并没有成为一种法律意识。对于很多人来讲，觉得别人的东西只要好，拿来用就完了，还强词夺理说在帮忙宣传，比如在服装制造行业，模仿耐克就在“耐克勾图形”上多加点东西或者做一些变形；模仿苹果就会再多咬一口，很多人认为这些相似的东西无所谓。就像去年四川好医生药业集团诉平安集团“平安好医生”侵权“好医生”驰名商标一案，同样是这种情况。我国的汉字众多，博大精深，但就是要往“驰名商标”上靠。无论是利用、嫁接还是变形、傍名，这些普遍存在的问题，都是因为缺乏基本的知识产权法律意识。

(下转第十四版)