



知识产权的保护意识在食品行业迫在眉睫

王学平

(中国肉类食品综合研究中心 北京 100068)

摘要:国内商标官司纷起,国外争端代价巨大,提高知识产权意识迫在眉睫、时不我待,知识产权是二十一世纪经济活动的主题。

关键词:知识产权;法律;食品行业;协议;条例;公约

The Protection Consciousness of Intellectual Property is Extremely Urgent in Food Industry

Wang Xue-ping

(China Meat Research Center, Beijing 100068)

Abstract:Owing to the numerous domestic lawsuit of brand and the enormous expenses of foreign issues,the protection consciousness of intellectual property is extremely urgent.The intellectual property is the theme of economic activity in the twenty-first century.

Key words:Intellectual property, Law, Food Industry, Agreement, Regulation, Pact

中图分类号: D923-4 文献标识码: A 文章编号: 1001-8123 (2008)03-0078-03 专题

综述专题综述专题综述

1 中国知识产权的现状

十多年前,山西“维尔康”与北京“北冰洋”食品公司的“维尔康”商标之争当时震惊了整个食品业,经过政府有关部门出面,协调当事双方,最终总算达成共识。2007年9月初起国内方便粉丝生产龙头企业——四川白家食品有限公司与河南方便面行业的佼佼者河南白象集团开始了维权之争。同年11月初,四川白家在山东潍坊市正式提起法律诉讼。这场官司的输赢并不重要,或许是真是捍卫自己的权利,或许也有可能是炒做,无论怎样有关商标、专利权、著作权等的矛盾和法律诉讼不断出现并上升速度惊人;2008年1月11日北京朝阳法院审理了北京华严东盛商贸中心和北京银洁饮品有限公司侵权“农夫山泉”商标一案,品牌

价值超过34亿人民币“农夫山泉”获得赔偿12万元人民币;在社会上知识产权已成为暴光率很高的名词,更为重要也最为令人担心的是知识产权的纠纷在国内日益增加,长此以往将给我国食品行业带来巨大损失。

在国内有举不胜举的名牌企业的著名商标被非法伪造使用,五粮液、茅台、大红袍、龙井茶、中华烟、古船面粉、东海黄花鱼、洋澄湖大闸蟹——打假已成为目前我国企业知识产权保护的最为普遍主要行为。某酒厂一年的打假经费高达上千万元。但在中国打假最为成功的是奥运“福娃”产品,大大小小的各种市场上几乎看不见假冒的“福娃”,奥运“五环”的标志除奥组委指定的产品外,没有一例企业或组织擅自敢使用“五环”标志

的,这就是知识产权在中国的最为成功的典型案例。

“北冰洋”在90年代前是北京家喻户晓的食品名牌,随着“北冰洋”与百事公司的合资,“北冰洋”的品牌在市场上消失了;“娃哈哈”与达能之争还在继续,北京的“京华”茶叶在与联合利华合资后,“京华”的品牌已经淡出首都市场;北京二商集团和北京茶叶总公司经过几年的不懈努力,众所周知的京华茶叶从新又出现在北京的市场;许多中国著名的商标在国外不断遭到恶意抢注,同仁堂、全聚德、五星、王致和等等许多名牌难逃厄运;2007年11月14日德国慕尼黑地方法院一审判决德国欧凯公司在德国停止使用“王致和”商标并撤销其抢注的“王致和”商标,这次“王致和”商标抢注案一审胜诉是中华老字号首次在海外维权获得的胜利。商标是商品的标志和标识。它包括:图形商标、文字商标、组合商标、产品商标、服务商标、证明商标、原产地商标等,属于知识产权的范畴。商标纠纷维权的事件屡见不鲜,而且有逐渐上升的趋势,对老字号、民族品牌的保护,必须提到议事日程上来,并上升到法律高度,应当是知识产权的保护。提高食品行业 and 全社会的保护知识产权的意识已迫在眉睫。

2 知识产权的定义和内涵

一般认为,知识产权是指人们依法对在科学技术和文化艺术领域上作出的创造性智力劳动成果所享有的经济权利和精神权利的总称。它具有无型性、专有性、地域性、时间性。它包括:专利、商标、著作权、工业品外观设计、地理标志、集成电路布图设计专有权、植物新品种权、商业秘密等。未来世界的市场在亚洲,亚洲的市场在中国,中国已经成为全世界的销售大市场。伴随着非洲热、地区合作热等世界新格局的变化,区域合作的步伐不断加快,中国出口的市场潜力逐渐被挖掘并呈现前景广阔巨大;中国与东盟贸易总额10年间从80亿美元增至1900亿美元;由此也带来国内一些企业水土不服,知识产权的纠纷此起彼伏,境外的知识产权的保护让中国的出海企业不得不如履薄冰。有关知识产权的一些重要文件作为食品工作者来说必须了解。

3 与食品行业密切相关的几个重要文件

《与贸易有关的知识产权协议》也称TRIPS协

议,作为世界贸易组织法律体系中重要的法律文件之一,签订于1994年,并于1995年1月1日生效。该协议规定了国民待遇和最惠国待遇原则,针对版权、商标、地理标志、工业品外观设计、专利、集成电路布图设计、未公开信息和植物新品种等知识产权保护的条件、具体范围、权利内容和保护期限等进行了明确的规定,并进一步规定了知识产权执法程序和争端解决程序,在民事、行政、刑事程序和边境措施等方面都提出了较为具体的要求,我国于2001年加入世界贸易组织的同时适用该协议。

《国际商标注册马德里协议》签定于1891年,我国于1989年加入了该协议。《保护工业产权巴黎公约》缔结于1883年,我们国家于1985年3月加入了该公约。可见我国在入世之前早已加入了许多有关知识产权的国际协议或公约,我们的政府是远见卓识的,但我们苦心经营一些知名品牌的的企业对此又能知道多少呢?

世界知识产权组织(WIPO)基于1970年生效的《建立世界知识产权组织公约》而成立。并于1974年成为联合国26个专门机构之一。该组织的主要宗旨是通过国家间的合作,以及与其他国际组织的协作,促进国际范围对知识产权的保护,鼓励各国缔结新的知识产权的条约,进一步发展现有条约和管理现行有效的条约,促进各国知识产权立法的国际化与现代化。此外,还根据发展中国家的请求,在知识产权的保护方面给予法律和技术援助。我国早在1980年就成为该公约的成员国。我们有多少行业机构和企业组织过这方面的学习和培训?无从得知。

我国知识产权法律体系主要有:《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国刑法》、《集成电路布图设计保护条例》、《植物新品种保护条例》、《音像制品管理条例》、《农业化学物质产品行政保护条例》、《海关知识产权保护条例》、《特殊标志管理条例》、《传统工艺美术保护条例》、《药品行政保护条例》等。其中专利权又有职务发明和非职务发明之分。伴随着各行业和企业间科技工作者的流动,技术保密问题、职务发明和非职务发明的纠纷甚至官司正以几何模型形式上升,应引起各方面、各单位的高度重视。另外需要指出的是专利保护是有期

限的,发明专利为20年、实用新型为10年、外观设计为10年,以上时间都是自申请之日起计算。对中国的企业来说,尤为重要的是注册商标,很多纠纷就是由此而引发的。注册商标期限为10年,保护期限为10年(以核准之日起),期满前6个月可续展,期满后6个月内可宽展。这些实用知识产权法律方面的内容,我国食品企业的领军人物和业内人士以及专业从事相关工作人员都应当认真学习并加以充分领会。如果我们掌握了主要的有关知识产权的条款,可以节省大量不必要经费和时间。

4 知识产权已引起各国政府的高度重视,它能给企业和国家带来巨大利益

在我国,知识产权法律体系基本完备,知识产权执法机制开始运转,知识产权法律意识已经有所提高,总体来说,面临知识产权挑战形势依然严峻。中国加入WTO已经7年多,外国企业和产品正在纷纷涌入中国市场,中国的企业也在巩固国内市场的同时积极将自己的产品推向世界,这无疑是一件大好事,但要学会用法律手段保护自己的产品和品牌,掌握知识产权的理论,使之成为我们企业的保护伞,成为市场竞争的有利武器。

从国家层面分析,总结有三种动态变化趋势供大家参考。动态变化一:各个国家正在实施国家知识产权战略。许多发达国家在知识产权保护上纷纷制定国家战略,将知识产权的保护强化到极点,尽管在国际社会引起对知识产权制度滥用的讨论,但强化知识产权的趋势有增无减。美国、日本和欧洲非常重视。动态变化二:知识产权的保护范围不断扩大。涉及多行业多领域多层面。动态变化三:专利审批权出现垄断化趋势。削弱发展中国家主权,瓜分世界专利审批权。从企业层面分析,整体趋势是从法律手段不断推进到市场策略,制约对手,维护自身利益;打压对手,抢夺更大利润。

国际知识产权的运行的特点概括起来主要显现为如下几个方面:第一、专利圈地运动,专利申请强度增大,提前进行专利布局,强力抢占技术制高点,封堵、阻击竞争对手。据世界经济合作组织2005年发表的统计数据表明,专利各国所占份额(以百分数计算)美国35.6、欧盟31.5、日本25.6、其他7.3;发展中国家不到2、中国0.3。以人类DNA排序专利各国所占比例是:美国40%、日

本33%、欧洲24%、其他国家总合为3%。生物工程领域世界专利排序为:美国59%、欧洲19%、日本17%、包括中国在内的其他国家总和为5%。这就是严峻的现实,中国受知识产权保护的企业和产品微乎其微,能够享有知识产权保护的食品企业及其产品更是沧海一粟了,目前知识产权所引起的纠纷和官司呈日益上升趋势,所以中国的企业纠纷的不断出现也就很正常了。第二、专利与标准结合的越来越紧密,从技术——专利——标准。美国高通公司通过高技术得到专利后制定行业标准,从中获利非浅。也就是我们常说的低级是制造产品,中级是检测监督产品,高级是制订产品标准。其实质就是专利的标准化。专利权人控制市场,少数大企业得以垄断。标准使用的成本增加,产品价格提高,核心技术的缺乏影响创新,价格的垄断限制竞争,多标准过渡,消费者受害。第三、驰名商标获超高附加值。贴牌生产和贴牌设计采取OEM模式,也就是原创模式。独资企业特点是强化及扩大驰名商标的保护,合资企业的特点是淡化和排斥本地商标的使用。

例如:中国的轿车行业自主的品牌已出现“边缘化”。市场份额为10%,200万辆轿车中自主品牌仅占20万辆,行业沦为“装配车间”。忽视了引进——消化——吸收的原则,跨国公司限制了自主开发权。又如:活力28,这一品牌价值为10亿元,占市场份额的2/3,1996年与德国帮特色公司合资后生产的产品商标改为“巧手TM”,288万元50年的商标使用权被买断,“活力28”商标被弃置不用。2003年经过多方努力才得以收回。重庆的“天府可乐”、北京的“北冰洋”饮料、上海的美加净”化妆品——这样的事例举不胜举。

5 我国政府全力支持企业或个人推动知识产权,食品行业的春天即将到来

目前,我国发明专利的申请量较低,原创专利明显不足。职务发明专利申请比例太低,基本上占60%,而国外一般为90%以上。技术创新主体的知识产权意识不强,缺乏必要的知识产权管理知识和能力。中国政府正在着力加大对知识产权的推动力度,除涉及国家安全、国家利益和重大社会公共利益的以外,国家授予科研项目承担单位(以下简称承担单位),项目承担单位可以依法自主决定

(下转第61页)

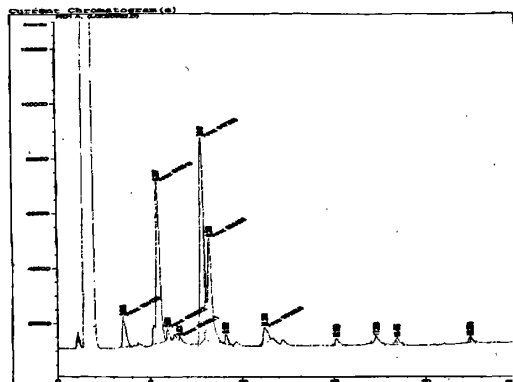


图1 试验组样品中的脂肪酸测定色谱图

其中对照组样品中的脂肪酸的组成及含量测定见图2。

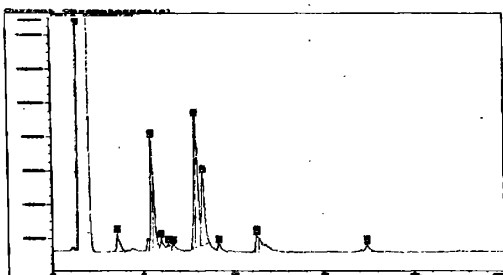


图2 对照组样品中的脂肪酸测定色谱图

由图1和图2的色谱图分析可以得知：对照组样品中共测得11种脂肪酸，试验组样品中共测得14种脂肪酸。其中常见脂肪酸（亚油酸、豆蔻酸、软脂酸、硬脂酸、油酸）在两组样品中的含量见表1：

表1 不同组别中的脂肪酸的含量

组别	脂肪酸					总量
	亚油酸	豆蔻酸	软脂酸	硬脂酸	油酸	
对照组 (ug/g)	0.444	0.623	6.07	3.377	2.648	13.162
试验组 (ug/g)	0.105	0.596	7.105	5.117	4.893	17.816

由表1可知：试验组样品中的五种脂肪酸的总量比对照组样品中的总量高35.36%。其中试验组样品中的亚油酸、豆蔻酸的含量比对照组样品中相应的脂肪酸的含量分别低76.35%、4.33%，而试验组样品中的软脂酸、硬脂酸、油酸的含量比对照组样品中相应的脂肪酸含量分别高17.05%、51.53%、84.78%。

由上面的数据分析可以看出，试验组样品中与对照组样品中的脂肪酸含量差别较大，其中试验组和对对照组样品中的脂肪酸含量差别最大的是油酸，其次是亚油酸，脂肪酸含量差别最小的为豆蔻酸。造成两组样品中的脂肪酸含量差别较大的原因可能是因为试验加工工艺条件下采用的是中温煮制，并且加入了滚揉工艺，而使两组制品在加工中熟制温度不同以及滚揉工艺的差别，可能造成了脂肪酸含量差别比较大。

参考文献

- [1] 武运等，热加工工艺对肉制品质量的影响[J]，肉类工业，1997，(12)：17~19。
- [2] 张媛等，脂肪酸对肉类品质的影响[J]，肉类工业，2004，(11)：12~14。
- [3] 巩惠等，真空包装酱牛肉生产工艺与检验[J]，中国畜产与食品，1998，(3)：128~130。
- [4] 张妹等，软包装挂侯牛肉的加工工艺[J]，肉类工业，2003，(10)：16~17。
- [5] 王薇，气相色谱法测定鱼肉中的脂肪酸组成[J]，西部粮油科技，2000，(2)，49~50。

(上接第80页)

实施，许可他人实施、转让、价格入股等，并取得相应的收益；同时，在特定情况下，国家根据需要可以保留无偿使用、开发、使之有效利用和获取收益的权利。最新的知识产权政策调整为“谁完成，谁享有”、“谁享有，谁负责”的原则，国家保留行政推广权。强调报酬和奖励。目的是鼓励创新，鼓励申报知识产权。这样优惠的政策无疑对中国的企业、科研机构、大专院校和管理者以及从事各方面技术的专业人士都是莫大鼓舞和鞭策。

中国对知识产权是相当重视的，这是非常之好的大环境，我们的食品行业应借此契机，从上到下，迎头赶上，掀起学习知识产权相关知识的浪潮，无论是管理者还是具体工作人员，都要牢记知识产权的要领，彻底提高食品行业工作者和广大员工的素质，让知识产权这把双刃剑为中国的食品产业保驾护航，让中国的知名品牌走向全世界，让中国拥有自主品牌和拥有自主知识产权的“双自主”的优质产品遍及全球。知识产权是二十一世纪经济活动中的主题。