

山寨產業鏈無孔不入 劣品質拖垮自主品牌

橫行 搖撼民族工業

商品製假售假是內地廣泛問題，其中「傍名牌」現象也甚為激烈。有分析指，目前內地「傍名牌」產業鏈利益已年超100億元。無處不在、無孔不入的「傍名牌」產品存在，不僅給消費者帶來高度的消費風險和嚴重的安全隱患，而且很可能使正處成長階段的民族工業遭受滅頂之災。國家有關部委亟需高度重視，盡快從體制等多方面入手根除這一漏洞。

■香港文匯報記者 白林森 杭州報道

「傍名牌」大圖鑑

貴州茅台酒



真

山東賴氏茅台



假

營養快線



真

營養直線



假

Kappa



真

Backcab



假

本報記者在調查中發現，在當前的內地市場，諸如意大利紅蜻蜓、香港蘇泊爾、中國張裕、蒙牛國際、美麗快線、七糧液……從鞋帽服裝到家電，再到食品、電動車，在任何城市、任何市場、任何行業都可見「傍名牌」或者「山寨名牌」身影，有的「傍名牌」產品，縱然是專業人士也一時難分真假。

不久前，內地知名浴霸品牌、香港上市企業奧普集團（0477）收到浙江凌普電器有限公司100萬元的賠償款，原因就是凌普電器「傍名牌」。去年12月5日，浙江省高級人民法院二審判決浙江凌普電器有限公司「商標侵權行為成立」。

1993年，從澳洲學成歸國的方傑靠浴霸產品（放置浴室取暖的設備）創業起家，多年來為奧普建立起品牌。但近年來，奧普集團卻經常接到全國各地的客戶投訴，反映在市場上買到假的奧普品牌浴霸及相關產品。此後，奧普集團在調查中發現，浙江一家名為「浙江凌普電器有限公司」的企業，在其推出的集成吊頂用照明、取暖等產品的外包裝上也將「奧普」兩字大張旗鼓地標注出來，且該公司還擁有aupu奧普（奧普集團的註冊商標為「aupu奧普」）和凌峰奧普兩件註冊商標的許可使用權。

令人驚訝的是，浙江凌普電器還公開召開全國經銷商大會，甚至該公司利用「奧普」這塊金字招牌，將專賣店開進了紅星美凱龍等知名家居市場，以至於在浙江寧波出現了法官上當被騙的尷尬局面。

產業鏈利益年超100億

總部在溫州的紅蜻蜓集團亦是「傍名牌」的典型。該公司曾被國家工商總局列為2007年督辦的八大「傍名牌」案例之一。據了解，創辦於1995年、以皮鞋製造起家的紅蜻蜓集團，在生產規模不斷擴大，銷售額連年上升，成為中國民營企業500強、全國行業百強的同時，卻遭到大量不法企業「傍名牌」，搭便車現象層出不窮。

紅蜻蜓集團的調查顯示，自2002年開始，廣東深圳、福建晉江等地出現了多家以紅蜻蜓為字號的企業。後來，內地一些商人還在香港注

冊成立了50多家以紅蜻蜓為字號的企業，然後以商標許可或中國總代理、監製等方式返回內地從事生產經營。

實際上，與奧普集團、紅蜻蜓有着類似遭遇的企業多不勝數，傍名牌產品已觸及人們日常生活的每個細節，其中食品行業傍名牌現象最為突出。一名為「美麗快線」的飲料其包裝顏色以及商標的設計與娃哈哈的「營養快線」非常相似；被眾多商家競相模仿的統一「鮮橙多」，搖身變出「康龍」鮮橙多、「佳樂緣」鮮橙多等，不僅包裝一模一樣，就連「鮮橙多」這幾個字也如出一轍；還有一種包裝袋跟「好吃點」一樣的餅乾，仔細一看才發現是「吃好點」……

北京市集佳律師事務所張亞洲律師表示，目前，類似於搶注域名、商標或者說是「傍名牌」已經形成了由單一個體到有組織、有完整涉及的產業鏈化發展，而且內地「傍名牌」產業鏈近年來每年產生的利益已超過100億元。



紅蜻蜓集團門店。網上圖片

質量安全存疑 隱患滲向農村



「傍名牌」的熱水爐沒有安全保障。網上圖片

分析人士指出，「傍名牌」的存在不僅給消費者帶來安全隱患，同時也給正處發展之中的名牌企業帶來衝擊，甚至可能給民族工業帶來滅頂之災。

光明網一則消息稱，今年3月初，湖北荊州石首市

一旅館的熱水器發生嚴重爆炸，掛熱水器的牆壁被炸出一個大洞，房間的地板上到處都是牆壁碎片和木板碎片以及一張鐵皮，所幸當時客房沒人。事故發生後，旅館負責人經多方投訴和維權才獲知，他於4年前購買的是山寨阿里斯頓熱水器。

無獨有偶，購買山寨版奧普浴霸的河南徐女士，在她享受冬日的人工陽光還不到4次就發生了爆炸，還好她躲避及時才不致破相。憤怒之下徐女士當即向奧普集團投訴，但令徐女士感到意外的是，她通過正規門店、花費4000多元購買的「奧普」集成吊頂及電器全部是贗品。

據知情人透露，不良商家製造的傍名牌產品或多或少存在產品質量問題，且大部分傍名牌產品為問題產品，存在嚴重的安全問題，其中以食品領域傍名牌最為突出，這些劣質食品逐漸向農村市場滲透，使農村市場成為食品安全的盲區，成為「消廢市場」。

該知情人認為，內地一知名飲料品牌因為害怕失去消費市場而無奈忍受被「傍」之痛，但是曾經聞名

全國的三株口服液、紅桃K等，因個別產品問題便帶來整個企業淡出國人視線的教訓，令人深思。儘管上述兩家的敗局並非「傍名牌」所致，可是一個名牌的山寨產品氾濫，足以侵蝕企業多年積累的品牌。

法律界籲加大懲處強化保護

北京市集佳律師事務所張亞洲律師認為，解決「傍名牌」現象的重點，首先要加強對傍名牌企業侵權行為的懲處力度，強化行政執法聯合打假力度，完善訴訟保護制度，提高行政罰款、損害賠償及刑事量刑標準，使違法者望而卻步；其次要加大对品牌的保護力度，對那些傍名牌的企業和產品進行監控，並建議加強對打擊傍名牌產品的立法工作；再次是企業自身要對商標特性有一些基本的了解；要學習商標法律知識，善於利用法律手段規範自身行為，保護自身權利；最後是消費者也要樹立正確的消費觀念，國家有關部門和一些名牌產品企業要加強對消費者的宣傳和引導，讓消費者熟知購買傍名牌產品存在的風險。

註冊商標仿名牌 「老翻」鵲巢鳩佔

針對市場上的真假「奧普aupu」問題，奧普集團法務部經理崔強在幾年來的打假中發現，傍名牌者層出不窮，「以假亂真」的手段亦是日臻完善。如傍奧普集團「aupu奧普」之名的浙江凌普公司等可稱得上是費盡心思。

「aupu奧普」的商標所有權屬於浙江現代新能源有限公司，其控股東人盛林君和現代（中國）投資有限公司的控股東人莊華娟是夫妻關係。這家公司除了「aupu奧普」、「凌峰奧普」，還持有20餘項商標，其中不乏現代、格蘭仕、西子、奔騰等知名商標。不過，現代新能源並非「aupu奧普」商標最早的擁有人，「aupu奧普」商標最早在2001年3月由溫州瑞安奇彩貿易有限公司提出申請，註冊在「金屬建築材料」類別，2002年獲核准註冊。2005年1月13日，奇彩公司將此商標轉讓給該公司法人代表涂秀平。涂秀平的愛人和盛林君的老婆是兄妹關係。

2002年6月26日，溫州籍個人孫作東向國家商標局申請註冊中文「凌峰奧普」商標，其產品包括「照明器、風扇、電暖器」等，次年核准註冊。2009年8月，涂秀平將「aupu奧普」轉讓給浙江現代新能源，當年11月，現代新能源將這一商標授權給現代投資。一個月後，現代投資又從孫作東處獲得「凌峰奧普」，實現奧普「拼接」。同年12月，浙江凌普電器成立並市場化運作這兩個商標。



傍名牌的「奧普AOPU」。香港文匯報記者白林森攝

惡幣驅良幣 制度待改善

地方為稅收 為冒牌開路

「傍名牌」並非新鮮事物，早年國際知名品牌打開內地消費市場不久，便掀起一陣「傍名牌」的熱潮，致使一個段子滿街流行：「卡丹」（皮爾卡丹）到處有，「狐狸」（韓國品牌金狐狸）滿山走，「老爺」（老爺車）被偷車，「鱷魚」全國游，「金利來」惹！惹！惹！

然而時過境遷，當「華倫天奴」、「老爺車」等國際品牌在「傍名牌」的陰影下敗走中國未過幾年，誰也沒想到今天的內地也會不時上演自主品牌被傍，且產品之多、範圍之大、危害之深，更不會想到企業在自家門口打假也是一條漫長的道路。

紅蜻蜓集團連續10多年打假，但換來的結果是「傍名牌」企業、經營戶越來越多，從當初幾家變成現在的幾十甚至上百家；奧普集團近年來屢屢獲得浙江省高院、北京市二中院的勝利判決，但「傍名牌」企業卻依然在狹路上找到生存並發展的空間。「傍名牌」究竟有着怎樣的魔力，竟然會如此普遍且經久不衰？

首先，在現有的司法、行政制度下，維權企業即使耗費時間、精力、財力打贏了官司，可市場不等人，侵權者所希望獲得的非法利益早已到手，即使面對處罰和賠償，與之所獲得的利益相比只是鳳毛

麟角。這對行政、司法機關不能不說是一種警示，如果這樣的侵權現象因繁瑣、曠日持久的程序阻礙，幾年內得不到及時有效的整治處理，那麼就會造成社會的一種「壞人好做，好人該死」的局面。

其次，一些地方政府為圖一時的稅收和財政，竟為「傍名牌」企業、售山寨產品的市場和商家充當保護傘，據傳浙南某鄉鎮為招徠客商竟公開支持商家販賣A貨（仿製知名品牌的假貨）；最後，一些貪圖價格低廉和過分追求品牌的消費者也為製假者提供了成長的溫床。

香港文匯報記者 白林森

