

在粵澳資企業申請認定廣東省著名商標政策分析及建議

王愛民*

給力促進中小企業發展，乃粵澳更緊密經貿合作的一項重要內容。為落實有關加工貿易產品內銷便利化措施，支援澳資企業拓展國內市場，建立國內行銷和物流體系，形成內銷品牌，今年3月頒行的《粵澳合作框架協議》(下稱《粵澳框架協議》)提出了“加強對廣東澳資企業的品質幫扶，允許有產品內銷的廣東澳資企業認定廣東省著名商標”的優惠政策。為此，本文就在粵澳資企業涉及此項政策要旨加以分析解讀，提出推進政策落實的建議，為在粵澳資企業適時獲得並充分利用此項政策性優惠待遇提供意見。

一、廣東省著名商標的前世今生

內地著名商標乃是通過某一行政省、自治區、直轄市或省會所在地等較大城市商標認定管理機關審核認定，授予“著名商標”稱號的，並在該相應行政區域內享有超過普通商標、低於馳名商標權利保護的國內註冊商標。2009年1月1日施行的《廣東省著名商標認定和管理規定》(下稱《規定》)¹，並沒有對何謂“廣東省著名商標”做出具體定義。根據現行《廣東省工商行政管理局關於廣東省著名商標認定和管理的實施細則》(下稱《實施細則》)第40條的界定²，廣東著名商標是指在市場上具有較高信譽、為相關公眾所熟知並依照《規定》及《實施細則》予以認定的國內有效註冊商標。明顯地，此定義缺少了定義廣東省著名商標的一些要素，因此，本文認為，所謂廣東省著名商標，是指廣東省行政區域內的自然人、法人和其他組織所擁有的，在市場上具有較高信譽、為相關公眾所熟知的，並依照相關認定和管理程序予以政府背書的、享有特權的國內註冊商標。

廣東省著名商標培育和認定是廣東品牌建設重要抓手。³ 上個世紀90年代中期，國家工商行政管理局確立了馳名商標制度，由此，中國省一級地方立法機關乃至許多省級地方政府紛紛制定“著名商標保護條例”⁴，廣東省也不例外。為促進企業增創核心競爭優勢，推進廣東自主創新與自主品牌建設，1997年，經廣東省人民政府批准，廣東省工商行政管理局正式開始“廣東省著名商標”認定和管理工作。

2003年3月17日，廣東省政府公佈《廣東省名牌帶動戰略實施方案》⁵，提出以提高廣東省綜合實力和國際競爭力為目標，以企業為主體、市場為導向，通過綜合運用經濟、法律、行政、市場等手段，集中力量培育、保護、扶持和發展一大批擁有自主知識產權的名牌商標、名牌產品，帶動全省企業品質水準、技術創新能力和管理水平全面提高，促進產品結構、產業結構和企業組織結構優化，與實施大企業集團帶動戰略、名牌化帶動戰略和“走出去”戰略結合起來，提高廣東省經濟的整體素質和競爭力，推動由經濟大省向經濟強省轉變。力爭經過5-10年的努力，在工業、農業和服務業形成一大批在國內具有明顯市場競爭優勢的廣東名牌和著名商標，以及一批能衝刺世界名牌的廣東品牌和商標。這批名牌和著名商標在全省各支柱產業、傳統產業和優勢行業佔主導地位，成為這些產業和行業的重要支撐。廣東擁有的中國馳名商標和中國名牌產品的數量，以及廣東省著名商標和廣東名牌的總體水準都位居全國前列——到2010年，普遍形成一批具有行業主導能力的廣東名牌(著名商標)，依託廣東名牌(著名商標)生產企業的規模和市場佔有率迅速擴大，形成一批擁有國際和國家級名牌產品和馳名商標的企業群體的戰略目標。同日，《廣東省著名商標認定和管理暫行辦法》施行，標誌着廣東

* 中國政法大學民商法碩士

省著名商標認定管理工作，經過 5、6 個年頭的不斷探索與總結，終於踏上了規範化管理新台階。

2008 年 4 月《廣東省知識產權戰略綱要(2007-2020 年)》公佈施行，2009 年 1 月《規定》頒佈執行，以及此後 2009 年 7 月和 2010 年 8 月兩度修訂的《實施細則》推行，廣東省著名商標認定管理也已從工商管理系統內的工作，轉變為政府部門、行業管理組織的協同合作。目前，經濟貿易、勞動保障、農業、稅務、環境保護、品質技術監督、食品藥品監管、安全生產監管等政府管理部門，以及一百多家行業協會共同參與，構築與凝聚建設廣東品牌的合力。⁶ 歷經 14 年的努力，廣東省著名商標認定管理工作已成為引領廣東企業提升產品品質，推動自主創新，促進誠信服務，加強社會責任，發展企業文化，帶動地區和行業進步的重要手段，得到了社會公眾、廣大企業和各級政府的認可。截至 2010 年 12 月底，廣東省工商局已先後認定了 14 批廣東省著名商標，廣東省著名商標 2,487 件(有效數達 2,381 件)。廣州、深圳、佛山 3 個城市被批准成為國家商標戰略實施示範城市，珠海格力電器股份有限公司、中興通訊股份有限公司(深圳)兩家企業被批准成為首批國家商標戰略實施示範企業；汕頭“澄海玩具”區域國際品牌效應明顯，在深受國際金融危機影響的情況下，連續 3 年助推地區產業增長超過 10%。⁷ 《廣東省名牌帶動戰略實施方案》(2003 版)提出爭創廣東省名牌、著名商標的各項任務目標，均圓滿完成或超額預期。

二、廣東省著名商標的申請認定

根據《規定》和《實施細則》，凡在廣東省行政區域內依法設立的法人、其他組織或者戶籍在廣東省行政區域內的自然人，擬將其註冊商標申請認定為廣東省著名商標的，應當具備下述條件：其一，註冊商標自核准註冊之日起連續使用滿 3 年並繼續有效。申請認定商標應當是國內有效的註冊商標，該商標核准註冊時間及連續使用時間屆滿 3 年；申請認定商標有過辦理變更的，應當取得商標局的《核准變更證明》；申請認定商標是轉讓、移轉的，應當取得商標局的《核准轉讓證明》；申請認定的商標、實際使用的商標應當與《商標註冊證》核准的商標一致。

其二，該商標為相關公眾所熟知，在相關市場內具有較高的知名度。申請人及申請認定商標應當具有

良好的市場信譽；申請人注重對申請認定商標的廣告宣傳，該商標在相關公眾中具有較高的知名度。

其三，申請認定著名商標的商品品質優良，具有良好的信譽，包括申請人應當確保商品品質，近 3 年使用申請認定著名商標的商品在國家或者廣東省級品質監督抽查中沒有不合格記錄。

其四，申請認定著名商標的商品近 3 年來的年銷售量、營業收入、淨利潤、納稅額等主要經濟指標在廣東省同行業中居領先地位，銷售區域較為廣泛。使用申請認定商標的商品近 3 年的營業收入原則上應當逐年增長，在廣東省內同行業中位居前列，且最後 1 年的營業收入不低於前 3 年認定的同類商品的平均值——取前 3 年已認定的同類商品商標的經濟指標，各去掉 20% 的最高值和最低值後再計算平均值；對於涉及農、林、牧、副、漁的商品、國家重點支持的高新技術商品，依據行業協會或者相關部門的評價意見及其在相關公眾中的知名度進行綜合評價，可認定單項特色商品；對以往未認定過的行業所涉及的商品，依據行業協會或者相關部門的意見，應當在同行業中名列前茅；申請認定商標的商品近 3 年的銷售區域應當涉及 5 個以上地級市或者 2 個以上省、自治區、直轄市；對於涉及農、林、牧、副、漁的商品、國家重點支持的高新技術商品，考慮其商品的特殊性，銷售區域可以適當降低為 2 個以上地級市或者 1 個以上省、自治區、直轄市；在申請認定的服務項目中，涉及不動產出租及管理、房地產、餐飲、旅行安排、商業連鎖經營等服務項目的，其服務區域應當達到 2 個以上地級市。

其五，申請認定著名商標的商品為出口商品的，其商標應當在相關國家(地區)註冊，並有廣泛的銷售區域。

其六，申請人近 3 年未因違反商標管理、生產經營、勞動保障、環境保護、安全生產等法律、法規、規章規定受到處罰，沒有不良記錄。

其七，申請人具有健全的商標使用、管理和保護制度。申請人為了規範自身企業的商標管理，使企業商標的無形資產的不斷保值、增值，業已依照國家有關法律、法規和地方法規制訂和建立了健全的管理制度，商標管理的目標及策略明確，相關職責分明，對商標的申請註冊、續展、轉讓、使用、印刷、價值評估和保護等方面形成規範化常態。

其八，申請認定商標的商品、實際產品應當在《商標註冊證》核定使用範圍內保持一致，應當符合國家

有關產業政策的規定，應當獲得生產國家許可或者強制性管理的，需持有相應的批准證書。

以上所列各項條件，除“其五”為或然性選擇適用條件外，其餘為一般必要性滿足條件。申請人滿足了以上條件，便可自行或者委託商標代理服務機構向所在地級以上市工商行政管理部門申報，地級以上市工商行政管理部門自收到合格申請材料之日起 30 日內，進行初步審查並做出受理與否的決定。決定不予受理的，應當書面通知申請人並說明理由，申請人有異議的可申請復議、聽證；決定予以受理的，自做出受理決定之日起 10 日內將初步審查意見和申請材料轉送廣東省工商行政管理部門，廣東省工商行政管理部門收到轉送的著名商標認定申請或者直接受理著名商標認定申請後，應當進行審查、核實，提出書面審核意見，報省著名商標評審委員會——廣東省工商行政管理部門會同省經濟貿易、農業、環境保護、品質技術監督、食品藥品監督管理等部門、省消費者委員會和廣東商標協會、省品質檢驗協會等專業協會的有關專家組成。評審委員會委員評審期間，應當徵詢有關行政主管部門、行業協會、消費者委員會或者有關專家的意見。必要時，還可以委託有關機構進行調查。經不少於 25 人組成的評審委員會中 4/5 以上委員評審、表決，獲得 2/3 以上出席評審的委員表決同意的為通過評審，擬認定為著名商標，由省工商行政管理部門發佈認定前 15 日公示。公示期滿無異議，或者經評審委員會裁決異議不成立的，由省工商行政管理部門頒發《廣東省著名商標證書》並予以公告，申請人至此獲得了廣東省著名商標，有效期為 3 年，有效期屆滿前 6 個月內可向所在地地級以上市工商行政管理部門提出延續申請，獲准延續的有效期也為 3 年，延續申請期次不限。

三、企業擁有廣東省著名商標的積極效應

對於一個在粵境內設立的企業來說，擁有廣東省著名商標的積極意義當屬企業管理營銷的微言大義，企業擁有廣東省著名商標的積極效應十分明顯。

(一) 著名商標是企業商標戰略一個戰術高地

“世界創意產業之父”霍金斯斷言，未來國際競爭，不是美元與人民幣之間的較量，而是國與國之間的商標和版權之間的較量。⁸的確，當今世界的經濟競爭，以商標、專利和版權為內核的品牌創建、品牌

經營和品牌享有業已成為一個國家、一個地區經濟發展的關鍵，更是一個企業生存發展的命脈。企業間的競爭，撩開了價格優惠、行銷手段的面紗，實質上是核心技術和品質的競爭，更是以商標、著名商標與馳名商標為標誌的品牌較量。商標作為區分商品和服務來源的標識，既是企業的產品或提供服務的品質象徵，又是企業自身經營理念、文化品位、商業信譽等要素的綜合載體。著名商標、馳名商標在消費者心中享有盛譽和信任度，對於企業產品的市場競爭力影響極大。以培育著名商標、馳名商標為核心內容的企業商標戰略顯得十分重要。企業商標戰略，就是企業作為一個市場主體，運用商標資源實現經營目標而制定的中長期的知識產權戰略發展規劃的一部分，具體是以企業商標資源的發掘、推廣、整合、提升為手段，以充分發揮企業產品、產量、品牌及資源優勢，提升企業在區域或同行中的綜合競爭優勢和整體形象，達到增強做大的動態過程。獲得著名商標，使產品的品質，市場佔有率、市場覆蓋率，企業文化、企業形象、企業信譽和售後服務等，均有了全方位的提升，在同行業中脫穎而出，為企業獲得更為寬廣生存和發展空間。可以說，在企業整個商標戰略中，擁有著名商標，就意味着企業佔領了商標戰略上的一塊戰術高地。

(二) 著名商標是企業培育知名品牌“四輪驅動之一”

知名品牌和名牌產品在公眾中享有穩定正面的聲譽，能夠為企業帶來源源不斷的豐厚利潤，成為企業在於今近乎殘酷的市場經濟中立於不敗之法寶。於是，企業致力於培育知名品牌和名牌產品便有了品牌經濟學的要義。在企業品牌戰略戰術中，商標、品質、標準和管理是四項不可替代，不能或缺基礎性工作，需要“四輪驅動”。對於搭建創建企業品牌平台來說，著名商標則是一個企業培育和擁有知名品牌的“四輪驅動之一”。商標、企業知名度、市場競爭力、企業規模與企業效益有一種內在的必然的聯繫，它們之間的關係動態相輔相成。培育一個好的商標——著名商標與馳名商標，擴大了企業的知名度，提高了企業的市場競爭力，企業上規模，企業效益不斷增大，形成了一種良性循環的發展鏈條。

(三) 著名商標帶來企業無形資產增值和優惠政策待遇

商標權屬於知識產權，她是有價值的。培育一個好的商標，不但能證明該企業在同行業中的地位，還

可以增加產品的附加值，與此同時，更能夠變成企業資產。一個普通商標的價值從幾萬元到幾千萬元不等，而一個著名商標、馳名商標的價值往往能夠達到幾億、十幾個億甚至上百億，是普通商標的幾十倍甚至上百倍，甚至於有的企業其著名商標和馳名商標的價值遠遠超過企業有形資產的價值。所以說，對商標的培育，雖然需要大量的經濟投入和長期管理經營，但是，一旦商標著名、馳名了，它給予投資者的是高額回報，是無形資產加倍收益盈溢，是企業永久的財富。

企業擁有廣東省著名商標，還享有與國家馳名商標相同的主動保護模式和與反不正當競爭法上的知名商品直接對接等商標權益的特別保護，以及享有粵地方三級政府扶助獎勵措施等一系列優惠政策待遇。

（四）著名商標成了構築企業文化的厚重載體

每一個知名的品牌，每一個成功的品牌都代表着高品質、可靠性、優雅以及便捷等優勢。這樣，企業就會不斷地在原有知名品牌基礎上拓展其覆蓋範圍，向縱深發展，壯大發揚。此過程中，會自覺或不自覺形成代表該企業精神的企業文化。換句話說，企業文化是企業精神與企業靈魂的外在表現，那麼商標則是企業文化的載體之一，著名商標、馳名商標更是一個企業文化之厚重載體。品牌映襯出企業的實力，代表着產品的品質，同時也是企業文化的縮影。企業選定商標，培育商標，實施商標戰略，擁有著名商標、馳名商標，自然形成了以商標為中心的獨特的企業文化，從而使企業在發展中不僅增強了其自身的軟硬實力，還不斷彰顯着她的無限文化魅力。

四、在粵澳資企業申請認定廣東省著名商標政策分析

《粵澳框架協議》第6條第3項確認，加強對廣東澳資企業的品質幫扶，允許有產品內銷的廣東澳資企業認定廣東省著名商標。根據該項政策，意味着在粵澳資企業有權依照《規定》及《實施細則》，適時申請認定廣東省著名商標，享有廣東省著名商標之商標權益的特別保護等一系列優惠政策待遇。

（一）採用與國家馳名商標相同的保護模式

商標往往只是涉及私益，一般在個案中產生衝突時才涉及到商標權利保護問題。立法上也是採用消極

保護模式，只是在商標權人提出請求時，才進入商標是否馳名或著名的認定程序。⁹ 然而，對於省級著名商標問題，各省地方立法或政府行政規章均採取了主動保護模式，廣東省著名商標也是如此，行政機關主動擔當起保護企業著名商標的工作。《規定》第21條規定，自廣東省著名商標公告之日起，他人將與著名商標相同或者近似的文字申請作為企業名稱的字型大小登記，足以引起公眾誤認並可能對廣東省著名商標所有人的合法權益造成損害的，企業登記主管機關不予登記；已經核准登記的，著名商標所有人可以向核發執照的企業登記主管機關或者其上級主管機關提出變更該企業名稱字型大小的請求。企業登記主管機關應當依法處理。比照《中華人民共和國商標法》（下稱《商標法》）第13條¹⁰、《中華人民共和國商標法實施條例》第45條¹¹，以及《馳名商標認定和保護規定》相關內容，不難發現，對廣東省著名商標權利保護，實質上是按照國家馳名商標保護標準對待，遠遠超越了《商標法》上對註冊商標的一般性保護措施。

（二）與反不正當競爭法的知名商品直接對接

目前，各省無論是作為地方政府規章的“著名商標認定和管理辦法”，還是身為地方性法規的“著名商標認定和保護條例”，幾乎都將其“著名商標”的商品與《中華人民共和國反不正當競爭法》（下稱《反不正當競爭法》）第5條第2項所規定的“知名商品”直接對接¹²，廣東省的也如出一轍。《規定》第22條確認，未經廣東省著名商標所有人許可，他人不得在同一種商品中使用著名商標認定商品特有的名稱、包裝、裝潢，或者使用與著名商標認定商品近似的名稱、包裝、裝潢。顯然，在知識產權範疇上的個體利益與公共利益平衡問題上，《規定》突破了《反不正當競爭法》上“知名商品”的適用範圍，廣東省著名商標的商品在粵境內享有“知名商品”對抗不正當競爭的“特別保護”，儘管這種“特別保護”存在與國家法制統一原則衝突問題的學理爭議。

（三）廣東省著名商標權益保護超出了粵行政區域

《規定》第23條明確，廣東省著名商標所有人的合法權益在粵行政區域以外遭受嚴重侵害的，可以向粵工商行政管理部門請求幫助，粵工商行政管理部門應當予以協助。另外，隨着《珠三角地區改革發展規劃綱要(2008-2020年)》納入“十二五”國家戰略，推進與港澳更緊密經貿合作，深化泛珠江三角閩、贛、

湘、桂、粵、瓊、川、黔、雲、港、澳“9+2”區域合作，開展知識財產權保護協助，省級著名商標互認互保協調工作機制呼之欲出，廣東省著名商標即將華麗轉身，成為環珠三角的區域性著名商標，含金量水漲船高，品牌推廣行銷更是事半功倍，效益可見自不在話下。

(四) 享有粵地方三級政府扶助獎勵優惠措施

作為廣東省名牌帶動戰略、廣東省知識產權戰略的一個重要部分，廣東省、市、區(縣)三級政府都極其重視爭創廣東省著名商標工作，紛紛採取一系列措施鼓勵當地企業積極開展相關申請認定事項，對於年度獲得廣東省著名商標的企業予以褒揚表彰，給予豐厚的物質獎勵。據統計，截止至2011年4月30日，在粵設立的企業爭創一個廣東省著名商標的，可獲得廣東省政府獎勵人民幣10萬元的同時¹³，企業所在地級市政府又獎勵人民幣10-30萬元，企業所在區縣(東莞的建制鎮)政府再獎勵人民幣5-100萬元不等。¹⁴以深圳、佛山和東莞三市為例：一家設立於深圳市寶安區的企業取得一個廣東省著名商標，根據《深圳市智慧財產權專項資金管理辦法》規定可獲得人民幣30萬元獎勵，又援引《關於進一步加快民營經濟發展的實施辦法》(深寶府[2006]98號)條款可獲得人民幣30萬元獎勵；一家設立於佛山市南海區的企業取得一個廣東省著名商標，可獲得佛山政府獎勵人民幣50萬元，又依照《佛山市南海區扶大扶優扶強獎勵辦法》規定獲得人民幣10萬元獎勵¹⁵；一家設立於東莞市虎門鎮的企業申認一個廣東省著名商標，依據《東莞市創建名牌獎勵實施辦法》(東府辦[2008]119號)規定可獲得人民幣30萬元獎勵，又可受到所在地鎮政府《關於發展自有品牌的措施和獎勵辦法》的巨額獎勵，最高獎項高達人民幣100萬元。¹⁶

除了對取得廣東省著名商標的企業給以現金獎勵外，在國家相關產業扶持政策層面，粵三級政府鼓勵和扶持擁有廣東省著名商標的企業發展和爭創名牌，壯大品牌，允許企業名稱加掛“廣東省”字眼，分享“廣貨”、“廣東名牌”的廣東省政府統一推廣計劃，跨出省門國門、走向世界，在國家稅收、財政、出口退稅等多方面也享有特別優惠。企業遇到經營瓶頸，資金不足，或者擴大生產規模需要資金等，可優先得到相關優惠政策項下的財政補貼、補助或者長期銀行無息貸款等扶助，以及利用廣東省著名商標質押融資貸款的便利。

(五) 行政執法與司法救濟全方位權益保護

於今，廣東省建立了良好的知識產權執法保護與司法救濟的協調運作機制，對馳名商標、著名商標和知名品牌等法律保護是執法重點。粵三級政府遵循有關法律法規及國家政策的規定，不斷加大整頓和規範市場經濟秩序的力度，大力查處假冒著名商標、名牌產品的不法行爲。落實行政執法和刑事司法相銜接的工作機制，強化部門間的定期溝通和重大案件會商、通報制度，形成聯合執法協調機制和糾紛快速解決機制。質監、工商、藥監、衛生、農業、經濟和信息化、知識產權等部門要按各自職能分工，有完善統一的打假協調機制，嚴厲打擊各種假冒行爲和侵害知識產權的行爲，增強對馳名、著名商標和名牌的全方位保護力度。廣東省保護商標專用權的行政執法辦案連續多年位居全國前列，包括廣東省著名商標在內的商標權利人的合法利益得到有效的維護。僅2010年，全省各級工商部門共查處各類商標違法案件5,448件，比2009年增加了18.77%；案值30,725.65萬元，比2009年增加了333%。其中查處侵犯涉外商標註冊人權益案件2,971件，比2009年增加了10.08%。有50件案件37個涉嫌商標犯罪當事人被移送司法機關，比2009年分別增加了456%和517%。¹⁷

粵有權管轄商標權糾紛的中、高級人民法院統一裁判尺度，加強知識產權案件的審判力量，完善相關司法保護體系，構建知識產權案件陪審員制度和專家顧問制度，提高案件審理品質，改進複雜疑難案件和新類型案件的審理方法。公安、檢察和法院嚴厲打擊侵犯知識產權違法犯罪行爲，堅決打擊假冒著名商標等知識產權違法犯罪行徑，加大對惡意侵權、重複侵權等案件的打擊力度，集中力量查處情節嚴重、影響惡劣的侵權案件。粵海關也在包括廣東省著名商標等知識產權保護監控體系的建設上不遺餘力，有效制止侵權貨物進出境，維護公平競爭的外貿秩序，合力維護與營造保護知名品牌、著名商標等良好知識產權的法治環境。

五、落實《粵澳合作框架協議》第6條第3項的幾點建議

(一) 兩地共建粵澳資企業品質幫扶品牌培育溝通協調機制

組建知識產權工作小組、完善“粵澳知識產權資料庫”和開展粵澳知識產權交流研討活動等，這是《實

施〈粵澳合作框架協議〉2011年重點工作》在產業協同發展方面的計劃安排。為落實《粵澳合作框架協議》第6條第3項的內容，建議粵澳把幫扶在粵澳資企業爭創廣東省著名商標事宜，作為本年度雙方在知識財產權方面協調跟進和機制溝通的一個重點，透過廣東省信息與經濟發展廳、工商行政管理局等有關機構，與澳門特區經濟局雙邊磋商，及時建立和完善相應的溝通協調機制，盡快達成切實可行的具體方案，推行實施。

（二）兩地政府簽署合作協議，出台相關資助措施及獎勵措施

知識產權資助政策是一個國家與地區政府，積極利用其財政政策的調控能力，以政府財政專項費用的形式補貼專利、商標和版權之申請、審查和維護費用，獎勵企業或個人對知識產權的特別貢獻，以促進自主創新和知識產權戰略發展的一項重要舉措。從各國和地區的實際運行效果來看，知識產權資助政策最直觀的效果表現為知識產權的快速增長，刺激的積極效應明顯。因此，澳門應該通過落實與廣東省對外貿易經濟合作廳簽署的《全面戰略合作協議》和《幫助澳資企業開拓國內市場戰略合作協議》相配套¹⁸，出台或修訂相關資助措施，對粵澳資企業質量幫扶，對於申報廣東省著名商標、廣東省名牌產品、國家馳名商標和中國名牌產品等支出費用負擔、成功認定的著名商標給予獎勵等內容納入澳門政府鼓勵支持計劃政策，具體建議如下：

1. 將粵澳資企業申請廣東省著名商標納入澳門政府中小企業援助計劃

澳門特別行政區政府《2011年財政年度施政方針》提出，要協助澳門中小企業把握粵澳更緊密經貿合作的機遇，開拓內地市場，加強內地與澳門在產業、中小企業和品牌等多個領域的合作，重點協助和鼓勵企業開發和推廣澳門品牌的產品和服務，充分發揮澳門經濟局產業發展廳(中小企業輔助計劃辦事處)的作用，更好地為到內地投資的中小企業提供行政支援、財政鼓勵諮詢和宣傳推廣，推出更多更優惠援助措施，修訂完善中小企業援助和貸款信用保證計劃與落實財稅金融鼓勵等一系列優惠政策。

為落實《粵澳合作框架協議》第六條第6項的“質量幫扶”內容，建議對於粵澳資企業在為進行品牌的研發及塑造而解決技術難題、產品更新換代、提高產品質量、推動節能降耗、促進產業轉型升級時，或訂立商業特許合同或特許經營合同、取得技術專用權或

知識產權、進行宣傳及推廣活動、提升經營能力及競爭力等情況下，可獲得免息的財務援助，援助金額上限為澳門幣50萬元，援助款項最長可分8年攤還。

申請廣東省著名商標當屬於澳門企業品牌開發推廣鼓勵政策獎勵的對象，為此，建議澳門政府經濟局加強相關政策宣傳，積極跟進。

2. 澳門政府對澳資企業申請廣東省著名商標的成本負擔給以必要的資助

知識產權資助政策是一個國家與地區政府，積極利用其財政政策的調控能力，以政府財政專項費用的形式補貼專利、商標和版權之申請、審查和維護費用，獎勵企業或個人對知識產權的特別貢獻，以促進自主創新和知識產權戰略發展的一項重要舉措。從各國和地區的實際運行效果來看，知識產權資助政策最直觀的效果表現為知識產權的快速增長，刺激的積極效應明顯。因此，澳門應該通過落實與廣東省對外貿易經濟合作廳簽署的《全面戰略合作協議》和《幫助澳資企業開拓國內市場戰略合作協議》相配套¹⁹，建議出台或修訂相關資助措施，對粵澳資企業申報廣東省著名商標、廣東省名牌產品、國家馳名商標和中國名牌產品等支出費用負擔納入澳門政府鼓勵支持計劃政策；具體事宜可由澳門貿易投資促進局轄下的澳門商務促進中心及中小企業服務中心落實推進，具體措施可參照中小企業服務中心現在已在推行的“電子商務(E-commerce)推廣鼓勵措施”的模式²⁰，以資助粵澳資企業支出費用負擔一定比例、一定的上限方式，在商標申請的成本方面予以資助。

3. 澳門政府對粵澳資企業成功申請廣東省著名商標予以適當獎勵

品牌是商品經濟發展到一定階級的產物，在近代和現代商品經濟的高度發達的條件下，其給商品的生產者帶來了巨大的經濟效益和社會效益。品牌效應正是在這種背景下受到世界各國企業重視的。雖然品牌不等於商標，品牌的外延大過商標，但品牌不經註冊得不到法律保護或使維權成本太高，故品牌的核心仍是商標。品牌的塑造花費巨大，為了激勵企業積極塑造品牌，首先要鼓勵其註冊商標，特別是爭創著名商標、馳名商標。故建議對在粵澳資企業成功取得廣東省著名商標等知識產權項目的，對其可參照廣東省轄區三級政府獎勵模式，採用深圳、佛山、東莞和珠海的獎勵累加除權標準，予以獎勵表彰，從而啟動激勵效應，提高澳資企業品牌創新推廣的積極性。

(三) 粵澳資企業增強爭創廣東省著名商標的商標戰略意識

商標戰略是以提升企業商標註冊、運用、保護、管理能力為目的，以培育企業著名商標、馳名商標為目標，及以商標價值提高自有品牌核心含金量為主旨之企業知識產權戰略的重要組成部分。爭創廣東省著名商標，是粵澳資企業培育商標、拓展品牌戰略的題中要義，也是擴大企業知名度和商業影響力的重要進路，更是構築企業文化的必要載體。擁有一件廣東省著名商標，不僅能夠為粵澳資企業帶來無形資產增益，增加產品和品牌的附加值、含金量，而且讓澳門品牌和“廣貨”知名度美譽度的結合，為晉級國家馳名商標搭好階梯，並且能夠比其他企業獲得更多的、更大力度的政府優惠政策扶持和獎勵。因此，粵澳資企業要增強爭創廣東省著名商標的商標戰略意識，注意瞭解和掌握相關的法律政策規定，強化企業內部對商標管理的規範化，在商標註冊使用、管理維護、戰略性開發利用、自我保護等方面工作常態化，企業負責人和高管適時聽取商標諮詢顧問專家意見建議，參加澳門貿易投資促進局和廣東省工商行政管理局專題宣傳培訓會和高端論壇，落實企業法務部和行政部等為目標責任單位，制定切實可行的行動計劃，為順利通過廣東省著名商標申請認定積極創造條件。

(四) 申請過程重視遴選商標註冊服務代理中介機構

商標註冊服務代理機構是知識產權專業支援服務的主體，直接向企業等服務需求者提供專業的資訊諮詢、價值評估、戰略策劃、侵權調查、權利追索、註冊代理、訴訟代理等中介服務，多以律師事務所或商標代理事務所的形式出現。由於申請認定廣東省著名

商標是一項專業性極強的工作，為避免申請認定過程中可能造成的延誤、挫折和不節約，除非企業自身有完備的知識產權管理架構，通常情況下都會通過委託商標註冊服務代理機構運作，這就會面臨遴選服務代理中介機構問題。因此，粵澳資企業在委託代理中介機構時要注意在服務提供者准入資格沒有瑕疵，專業操守與信譽良好，以及服務收費相對合理等情況綜合考察，做出恰當選擇，避免陷入因中介代理機構惡性競爭、良莠混雜而導致委託代理後果不堪，貽誤企業的工作計劃。

2005年1月1日，國家工商行政管理局《香港、澳門服務提供者在內地開展商標代理服務業務暫行辦法》開始生效，允許香港、澳門服務提供者在內地以合資、合作、獨資的形式設立有限責任公司，從事商標代理業務。2009年5月11日，《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》(補充協議六)簽署施行。其中，在貿易投資便利化方面，雙方為加強知識產權保護領域的合作，同意採取措施以進一步加強商標領域的交流與合作。隨後，國家工商行政管理總局與澳門經濟局建立了聯絡機制，加強兩地在商標領域的資訊交流、對雙方商標註冊制度的宣傳和兩地專業人員培訓等方面的合作。期間，澳門經濟局等也在包括商標代理等知識產權中介服務提供者跨境開展業務問題及時跟進管理。已有澳門的商標代理機構，申請了商標代理服務提供者資格證書²¹，乘着澳門CEPA補充協議六的東風，在粵境內依法設立了商標代理公司，並與內地律師事務所合作拓展商標維權法律業務。基於地緣和對專業服務習慣文化的認同，這為粵澳資企業委託申請認定廣東省著名商標選擇代理機構提供了一個便利。

註釋：

¹ 即廣東省人民政府令第124號，2008年7月3日廣東省人民政府第十一屆九次常務會議通過並公佈。

² 2010年8月18日，廣東省工商行政管理局以粵工商標字[2010]460號頒行。

³ 《加強商標工作服務廣東經濟轉型》，載於廣東工商行政管理局網站：<http://www.gdgs.gov.cn/business/htmlfiles/gdgsj/s39/201104/36966.html>，2011年5月2日。

⁴ 王坤：《品牌創新與地方知識產權制度關係研究——以〈浙江省著名商標認定和保護條例〉為例》，載於《中國杭州市委黨校學報》，第5期，2010年，第29-33頁。

⁵ 即粵府辦[2003]18號(2003年版)，2008年、2010年又歷經兩次修訂，故有《廣東省名牌帶動戰略實施方案》2008版、2010版之說。

- ⁶ 同註 3。
- ⁷ 李克：《為建設“幸福廣東”營造良好市場環境——訪廣東省工商局局長盧炳輝》，載於《南方日報》，2011 年 1 月 24 日，第 A05 版。
- ⁸ 陳道林、陳勇：《知識產權將是新世紀的貨幣：“世界創意產業之父”來漢侃創意》，載於《楚天都市報》，2008 年 4 月 25 日，第 A02 版。
- ⁹ 同註 4。
- ¹⁰ 《商標法》第 13 條規定，就相同或者類似商品申請註冊的商標是複製、摹仿或者翻譯他人未在中國註冊的馳名商標，容易導致混淆的，不予註冊並禁止使用。就不相同或者不相類似商品申請註冊的商標是複製、摹仿或者翻譯他人已經在中國註冊的馳名商標，誤導公眾，致使該馳名商標註冊人的利益可能受到損害的，不予註冊並禁止使用。
- ¹¹ 《中華人民共和國商標法實施條例》第 45 條規定，使用商標違反商標法第十三條規定的，有關當事人可以請求工商行政管理部門禁止使用。當事人提出申請時，應當提交其商標構成馳名商標的證據材料。經商標局依照商標法第十四條的規定認定為馳名商標的，由工商行政管理部門責令侵權人停止違反商標法第十三條規定使用該馳名商標的行為，收繳、銷毀其商標標識；商標標識與商品難以分離的，一併收繳、銷毀。
- ¹² 吳漢東、周俊強：《地方商標戰略及其制度完善——以〈湖北省著名商標認定與促進條例〉的制定為例》，載於《江漢論壇》，第 8 期，2008 年，第 130-132 頁。
- ¹³ 企業捆綁獲得廣東省名牌產品與廣東省著名商標的獎勵超過人民幣 110 萬元。
- ¹⁴ 本文作者根據廣東省三級政府政務公開公佈的相關專題文件資料統計。
- ¹⁵ 廖麗麗、陳海龍：《佛山南海開展商標培訓，重金獎勵獲獎企業》，載於廣東新聞網：<http://www.gd.chinanews.com/2011/2011-01-01/2/80052.shtml>，2011 年 5 月 01 日。
- ¹⁶ 趙麗萍：《品牌應對經濟危機的“護身符”》，載於《東莞日報》，2009 年 4 月 27 日，第 T02 版。
- ¹⁷ 同註 3。
- ¹⁸ 崔世安：《2011 年財政年度施政報告》，澳門：澳門特別行政區政府，2010 年 11 月 16 日。
- ¹⁹ 同上註。
- ²⁰ 《電子商務鼓勵措施》，載於澳門商易站：<http://ecom.ipim.gov.mo/encourage.php>，2012 年 3 月 21 日。
- ²¹ 《經濟局首發〈安排〉項下商標代理服務提供者證明書》，載於《緊實安排快訊》：http://www.economia.gov.mo/servlet/ShowContent/cms/EI_P_CEPA_N/no_37?locale=zh_CN，2012 年 3 月 21 日。