

一周关注

紫房子召开座谈会探讨知识产权保护

# 维权投入应纳入老字号价值评估

近日,在老字号紫房子召开的内部研讨会上,知识产权保护的法律专家建议老字号把知识产权保护的费用纳入成本管理,准确计算老字号价值的同时提升企业对知识产权保护的认识。在企业知识产权保护的过程中,老字号的情况可谓最复杂。商标注册、法律维权等知识产权保护都需要不少的投入,如何看待这些投入、准确运用知识产权这把武器还是老字号企业需要思考的问题。



## 把知识产权费用当投资

在紫房子召开的研讨会上,针对老字号企业的维权问题,与会专家纷纷给出自己的建议。其中,中华老字号工作委员会特邀法律顾问王正志建议,老字号企业应该重新认识知识产权保护的费用。王正志表示,现在很多企业包括老字号在内,在账务处理中都将商标注册等知识产权保护的费用划分为其他费用。他认为,知识产权保护的费用应该计算到企业的运营成本当中,把知识产权保护的投入当成企业的资产投资。

王正志介绍,目前很多企业在进行知识产权价值评估时都拿不出充分的依据,其中原因之一就是知识产权保护所投入的费用计算成其他费用,在账目中并没有明确体现。随着知识产权质押贷款的推行,准确对企业知识产权进行评估显得至关重要。

北京商报记者了解到,知识产权质押最重要的环节是知识产权的评估。目前我国欠缺完善的知识产权评估制度。由于执业主体过度依附行政机关造成能力缺乏,评估质量受影响;评估缺乏统一的标准及规则也影响了评估的结果。同时,知识产权的价值评估不仅存在评估方法上的差异,还存在对产品市场估计的差异。因此,王正志表示,正确看待企业对知识产权保护投入的费用,对企业评估其知识产权价值有很积极的作用。

在国际市场上,把知识产权保护费用当做投资成本计算也有积极作用。王正志表示,中国的很多产品都因成本被指控倾销,实际上是因为中国对企业运营投入的费用分类方式不一样,“实际支出的费用并没有变化,只是中国人不会记账”。目前,包括知识产权保护在

内的很多费用都被当成其他费用处理,没有计算到企业的运营成本中,因此企业的成本低,容易被指控倾销。

## 知识产权投入居高不下

据了解,紫房子的商标官司还在继续,紫房子总经理牛立安介绍,截至目前,打官司的过程大约已经花费了十几万元,“对于我们这样的微利行业来说,这些费用已经是一个不小的数目”,牛立安说道。

企业知识产权保护费用主要分为两类,一是商标注册费用,另外一个就是商标维权费用。围绕商标注册的纠纷主要是“抢注”,而这其中又以老字号遭国外抢注的情况居多。此前王致和的海外维权案就表明,国外维权的费用要高出国内许多,同时,国外的注册商标费用也比国内高出几倍。以日本为例,注册一个类别的商标,费用就达2万元左右,10年到期后还必须继续注册。注册商标还不能仅仅注册一个类别,至少要2-3个主要类别在海外注册。

据了解,我国注册一个类别的商标费用大约为2000元,但老字号专家建议,老字号要尽早地把企业发展过程中可能涉及的经营类别都注册,防止老字号在扩大产品规模、涉足上下游产业链时遭遇维权。

近些年,商标维权费用高也是老字号忽略甚至放弃知识产权保护的原因之一。王正志表示,老字号遇到知识产权纠纷时,大约只有20%左右的企业选择运用法律手段来解决问题。企业经济实力不足是不少老字号采取法律途径维权的制约因素。

据统计,20世纪80年代以来,中国出口商品商标被抢注的有2000多起,造成每年约10亿元的无形资产流失。据世界

品牌实验室调查显示,“中国500个最具价值的品牌”中,有近50%未在美国、澳大利亚和加拿大注册,而在欧盟的未注册比例更是高达70%以上。

## 转变观念保护知识产权

提到老字号知识产权保护,大部分人首先想到的便是打官司,其实知识产权保护并不只有这一条路,王正志建议,未来老字号企业的负责人和工作人员要多方位地转变思维,重新认识老字号的知识产权保护。

业内专家表示,相比其他新兴企业,老字号才是知识产权保护最具代表性的案例,是知识产权运用和保护的活化石,是企业运用知识产权的标杆。目前,中华老字号已经被普遍认为是中国商业含金量最高的招牌,老字号称号的内涵甚至要比驰名商标丰厚得多。

为此,王正志建议,在企业运营过程中,要正确认识知识产权的保护作用,提倡充分运用法律手段。知识产权保护是一把“双刃剑”,通常情况下,企业都把法律当成防御工具,而忘掉了其出击手段。王正志表示,企业要充分掌握以商标为主知识产权的保护技能,建立一个以商标为核心的立体防护体系。

对于老字号知识产权保护,王正志还提出,从上到下、横向到纵向,老字号的思维都要转变。现在有很多企业仅仅是领导重视知识产权保护,员工由于不了解企业的情况,而不了解知识产权的保护。与此同时,现在很多企业都是在商标申请阶段、字号核准阶段重视老字号品牌和知识产权的保护,其他工作脱节,缺乏输入融合贯通的过程。王正志认为,缺乏整体意识,老字号维权的成本代价会很高。

北京商报记者 贺陈慧

| 专家建言 |

## 知识产权保护要有整体意识

王正志

中华老字号工作委员会特邀法律顾问

中国商业企业的希望在中华老字号,在老字号企业内部,要梳理从领导到员工的知识产权保护意识。法律上规定的知识产权是“双刃剑”,大多数老字号企业只是把法律当做防御工具,而忘掉了法律的出击手段。要正确掌握跟商标有关的知识产权使用技能,建立以商标为主的立体防护体系,长远地规划老字号的品牌建设发展,采取一些技巧,如一主多副、逐层推进、抓住产业上下游等。

此外,对于知识产权保护要树立整体意识。很多企业只是在商标申请阶段、字号核准阶段重视老字号的品牌和知识产权保护,知识产权保护与其他工作脱节,缺乏知识产权保护与企业产品生产和市场发展融合贯通的过程,缺乏整体意识,付出的成本代价就会高。

## 注册商标为延展性发展铺垫

张健

北京老字号协会副会长

随着人们越来越重视假冒伪劣、食品安全等问题,老字号成为了消费者的首选。老字号是民族品牌,是唯一具有自主知识产权和自有品牌的双自有品牌,是国家的经济支撑。近些年,国家越来越重视老字号的发展,对于老字号企业来说是一个战略性的信号,同时也凸显了老字号知识产权等法律保护的重要性。

受历史因素的影响,老字号知识产权保护的情况较复杂,需要具体问题具体解决,但在注册商标上,一定要有超前意识,进行延展性和保护性的商标注册,为企业向上下游扩张做准备。

弘扬中医药文化 普及中医药知识

# “同仁堂杯”中医药文化读者科普活动圆满结束

由北京市中医管理局大力支持,北京晚报、北京同仁堂集团主办,首都医科大学中医药学院、北京晨报、法制晚报、北京商报协办的《弘扬中医药文化 普及中医药知识——“同仁堂杯”中医药文化读者科普活动》历经月余,目前已经圆满结束。

此次参与科普活动的专家都是各领

域的大家,科普活动开篇之作就是年逾八旬的金世元口述实录。专家们从中医药的历史知识讲起,用深入浅出的语言将地道药材和加工炮制这样艰深的专业知识娓娓道来;他们结合着常用的名贵药材详说中药饮片;他们纵古论今,仔细盘点着燕京的名医名药;他们关注市民所想,从更高的层次说起四季养生;

他们关注政府所想,把安全用药的误区一一道破。

据活动主办方介绍,读者对中医药文化知识竞赛题目的参与度非常高,积极投票踊跃参与。很多读者把7期健康讲座的每一期报纸都精心收藏起来,不仅参与答题,更可供今后细细品味,留下珍贵的记忆。

中医药文化,历经数千年而葆其青春,始终有着强大的生命力,是独具中国特色的生命科学。通过此次活动,让读者更加深刻地了解了中医药知识,开阔了眼界和思路;更好地传播了中医药文化,普及了中医药知识,指导百姓合理、安全用药;进一步弘扬了传统中药文化,传播健康中医理念,让健康少走弯路!