

品牌企业因“山寨”产品侵蚀,每年损失上百亿元

电动车“傍名牌”样本调查

■ 顾红芳 本报记者 刘凌林/文

上百个模仿“新日”的电动车“品牌”在各地相继被发现,令江苏新日电动车公司(以下简称“新日电动车”)品牌部经理陈开亚“很不爽”。

“我们公司每年的品牌、市场推广费用都上亿元,而假冒者根本不用花什么投入,通过傍我们的牌子可以轻易获得市场‘认可’。”陈开亚5月6日接受本报记者采访时说。

陈开亚介绍,由于消费者维权意识淡薄、诚信缺失以及地方保护等原因,打假难度大,很多山寨品牌至今仍然“逍遥法外”。虽然新日电动车专门聘请了两家律师事务所来处理各种侵权案件,但仍然“应接不暇”,新日电动车每年用在市场监管和维权打假的费用都在100万元以上。

“再不打假,就会出现‘假新日’满街跑,‘真新日’已经没有了的结果。”陈开亚告诉记者,“更让我们担心的是,消费者买了傍名牌产品后一旦出问题,很容易认为是真品牌的问题,造成对真品牌信誉度的伤害。”

本报记者通过在江苏省无锡市采访发现,在电动车这个新兴行业,“傍名牌”现象大有愈演愈烈之势。

山寨电动车:自抬身价两三成

“小品牌卖不出好价钱。”一位吴姓店老板告诉记者,而这些跟知名品牌“沾光”的电动车,比其他牌子的电动车销量要好不少。记者还注意到,傍了“名牌”的电动车普遍叫价也要比普通电动车高出20%—30%。

5月初的无锡,大小街道的非机动车道上,各种型号、品牌的电动车自由穿梭。在无锡,电动车不仅成百姓喜欢的出行工具,也成为当地支柱产业之一。

在无锡市内总共有大大小小电动车整车生产企业300余家,其中80%企业都集中在锡山区,产业集群初具规模。本报记者从无锡市锡山区了解到,目前该区拥有500多家电动车企业,其中整车企业250多家,配套企业300多家,年产量达到500多万辆,占到全国电动车产量的1/4。

电动车是个新兴产业,从上个世纪90年代末年产量不足5万辆,到2010年发展到年产量近3000万辆。主要生产地集中在天津、无锡、浙江等三地。

这些电动车企业规模不一,有的是年产值几十个亿的集团公司,有的只是作坊式的小工厂。无锡市锡山区工商局有关负责人告诉记者,查桥镇一条叫吼山的道路拓宽,就让很多电动车厂不得不停产或改行。

有些企业小到只有自己的生产许可证等证照,没有固定的生产厂许,被称为“口袋”企业。锡山区工商局监督科孙科长告诉记者,在锡山区有不少这样的“口袋”电动车企业。

本报记者调查发现,当地电动车企业发展两极分化明显,龙头骨干企业持续发展,中型企业维持现状、略有增长,小规模企业困难重重、难以继。一些小电动车企业由于业务、质量、市场、信誉等各方面因素,很多企业处于停产、半停产状态。

激烈的市场竞争,让一些小企业铤而走险,偷偷生产,希望通过傍名牌、“抱大腿”方式获得市场份额。“傍名牌”成为很多小企业快速打开市场而采用的一个常用手段。

实际上,大多“山寨电动车”都是拼装的,到了经销商那里才贴上那些仿冒的标识。

一位不愿透露姓名的电动车经销商告诉本报记者,由于电动车行业门槛低,市场竞争激烈,利润空间已经很小,而且电动车的配件价格非常透明,每辆电动车的成本基本相当,要想卖得好,就靠牌子硬不硬了。

“不出锡山区就可采购到组装一辆整车所需的所有零部件。”孙科长说。在无锡永乐路上,在不到300米长的街道两边就有5家电动车专卖店。本报记者走进几家店面发现,有的品牌名称与一些知名的汽车品牌联系在一起。

“小品牌卖不出好价钱。”一位



王利博制图

根据我国相关法律规定,傍名牌行为属于“不正当竞争行为”,但目前我国的《反不正当竞争法》对傍名牌行为的处罚力度非常有限。业内人士分析指出,按照现行的法律法规,对“傍名牌”行为的惩处力度不够,使得商标侵权人的违法成本与其所得利益不成比例,在一定程度上促使商标侵权人为获取高额利润“前赴后继”。

华科长说,还有一些企业是“傍地名”,如在境外或香港先注册一个企业名称,然后在自己生产的产品上突出地名字样,借此提高产品的“信誉度”。

有业内人士指出,消费者对真假名牌的识别能力有限,使得一些假冒商品大行其道,而消费者有追求名牌的消费心理,也助长了“傍名牌”的泛滥。

值得注意的是,在电动车行业本身,一些知名品牌被“傍”的现象也很严重。而目前假冒现象严重的地方主要集中在山东、河南、河北等电动车消费大省。

上述业内人士表示,“山寨”产品对正规品牌的市场产生很大的冲击,估计每年因“山寨”产品的侵蚀造成的损失在上百亿元。

不容忽视的是,“傍名牌”的现象在电动车行业渐成气候后,开始向产业上下游迅速蔓延。仅以无锡市锡山区为例,本田、正新轮胎、普亿螺丝、多乐士油漆、LV皮具、芝华士洋酒等知名品牌先后向工商部门投诉,抱怨自己的品牌被人“借用”。

来到无锡,厦门正新橡胶工业有限公司发现自己的产品“满街都是”。接到该企业投诉后,锡山工商局前后3次进行专项检查,在东亭、查桥、安镇的电动车配件经营亭和经营市场“拉网”,共检查了35家电动车轮胎经营户,使用“正新”轮胎的电动车生产企业27家。

在上述行动中,锡山工商局共查处5起傍名牌的违法行为,查获侵权电动车轮胎2400多套,使用侵权轮胎的电动车200辆,涉案金额36万元。

此外,锡山工商局今年先后为雅迪电动车、爱玛电动车、红豆集团等辖区内的大型企业外出打假9次,涉及区域包括北京、武汉、徐州、常州及山东、东北各省市,查获假冒的电动车和服装价值150余万元。

“山寨”横行:磨灭企业创新精神

李光斗表示,在当今的世界竞争中,创新和品牌才是制胜之道。“山寨版”的剽窃、模仿不是正路。“山寨”无法帮助企业走上自主创新的道路,相反会使企业的创新和研

发精神在安于模仿中被逐渐磨灭。

“傍名牌”现象由来已久,从上世纪90年代末的VCD、服装行业已经蔓延到了众多领域,特别在一些新兴产业,更是屡见不鲜。

所谓“傍名牌”,是指将他人著名企业字号或商标做相同或类似使用,注册为自己企业的字号或商标,并在其产品的外包装或产品上故意突出使用,以此误导消费者,牟取非法利益。

电动车行业作为一个新兴产业,发展速度太快,各项技术指标还不是很成熟,相应的国家规定也暂时性缺失,行业品牌正处于确定阶段,但大量仿冒品牌的出现,使原本就不够规范的电动车市场更加无序。

要培育一个知名品牌并非一朝一夕的事情,一些小企业没有能力打造自己的品牌,但不甘心贴牌生产,于是采取“傍名牌”的手段来完成原始积累。当地一位业内人士告诉记者,“一些电动车生产厂商当初通过‘傍名牌’赚取第一桶金后开始走向正轨,开始代理或者打造自己的品牌。毕竟‘傍名牌’不是长久之计。”

知名品牌战略专家李光斗指出,“傍名牌”的“山寨”产品,多由一些生产技术低、质量不稳定的“草莽”厂家生产,傍名牌,搭便车。如果任由其在“类剽窃”的羊肠大道上继续狂奔下去,必将导致市场秩序的混乱。

李光斗表示,在当今的世界竞争中,创新和品牌才是制胜之道。“山寨版”的剽窃、模仿不是正路。“山寨”无法帮助企业走上自主创新的道路,相反会使企业的创新和研发精神在安于模仿中被逐渐磨灭。

根据我国相关法律规定,傍名牌行为属于“不正当竞争行为”,但目前我国的《反不正当竞争法》对傍名牌行为的处罚力度非常有限。

上述业内人士分析指出,按照现行的法律法规,对“傍名牌”行为的惩处力度不够,使得商标侵权人的违法成本与其所得利益不成比例,在一定程度上促使商标侵权人为获取高额利润“前赴后继”。

本报记者从有关部门获悉,正在修订中的《反不正当竞争法》将引入商业标识的概念,并将商标、企业字号等统一纳入商业标识的框架予以保护。

任何一个成功的品牌都不是单纯靠“傍”别人发展起来的。锡山工商局有关负责人表示,对企业的长远发展而言,“傍名牌”没有任何好处,只会误导消费者,苦果最终还是由侵权者自己吞。随着中国市场经济越来越健全,消费者品牌意识不断加强,这些不合规的“傍名牌”厂家将很难在市场中达到自己的心理预期,甚至很难立足。

锡山工商局负责人告诉本报记者,针对辖区内电动车企业,特别是知名电动车企业的商标品牌经常在外地被仿冒仿制的情况,工商部门不断加大“打假维权”的执法力度,抽调专人帮助企业外出打假,为企业挽回经济损失。

猎头费用纠纷频发

“伯乐”起诉“买马人”

■ 本报记者 李延生/文

5月12日,“伯乐”武汉夺标管理顾问有限公司一纸诉状把“买马人”北京怡盛礼业科技发展有限公司告上了北京市房山区法院,要求被告支付“寻马费”。

“我们其实也不想这样,实在是气不过。”武汉夺标管理顾问有限公司副总经理董辉对本报记者说。

猎头费用引发纷争

原告是一家从事向企业推荐中高级管理人员猎头服务的公司。2010年双方共同签署了《人才服务合同书》,合同约定,被告委托原告为其推荐高级职员。原告向被告收取相当于候选人年薪的20%作为服务佣金,如未能商定年薪则按14个月的月薪计算年薪。

被告推荐人上岗后一周内,被告将全额佣金的50%支付给原告,其余部分3个月内支付。延期付款则每天按金额的1%计算滞纳金。

签约后,原告向被告推荐了3名高级管理人员吕某、彭某和刘某。根据《人才服务合同书》的约定,被告应当在推荐人选面试三周内将聘用结果书面通知原告,并将其与推荐人选签订的聘用合同作为《人才服务合同书》附件提供给原告,但被告始终不予理睬。

经原告多次催问,被告的人事主管陈某才在QQ上回复,称3名推荐人选的年薪均为人民币10万元。但是,经原告与推荐人选联系核实,认为实际情况并不是如此。

原告认为被告支付的服务费不够,于2011年3月向被告致函催请其履行付款义务,被告不置可否。

于是,原告诉至法院,要求被告支付人民币196200元(本金94000元,滞纳金102200元),要求被告提供其聘用结果的书面通知、提供其与推荐人签署的服务合同,并承担诉讼费用。

而被告认为,三名候选人与公司就工资待遇方面经过协商,采取了基本工资加浮动奖金的薪酬模式,员工绩效工资当时是无法计算的,导致应向原告支付的猎头费也无法准确计算。

庭审中,被告还甩出一张“王牌”。被告拿出2011年2月16日原告出具给被告的一张说明,认为其内容已经明确表示,原被告已就推荐人才的服务费数额最终达成了一致,共计6万元。而原告说证明是应被告的要求写的,不认可服务费的数额。

同时,被告还提出,由于3名候选人之一吕某,工作不足3个月就离开了公司,按照双方的约定,原告应该在2011年4月17日前向公司提供相同岗位一人,但至今未提供。为此,被告还提出反诉,要求原告退还已付的猎头费2万元,并承担本案的诉讼费用。

电子证据如何确定

庭审中,原告多次提交电子邮件和QQ聊天记录作为证据。

被告反诉说,吕某工作不足3个月。而原告认为,实际上吕某的聘用时间是2010年12月1日上班的,在2011年3月7日也就是3个月零8天的时候吕某还在上班。而吕某辞职的原因是被告公司给他的待遇条件与当时约定的不符。

原告展示了被告给吕某的聘用邀请函。这份证据是从被告人力资源总监周某某的信箱发到吕某信箱的证据,然后吕某又转发给原告的,证明吕某的入职时间及月薪收入情况,月薪是税前每月2万元。

针对被告基本工资加浮动奖金无法计算的说法,原告也提交了原告与被告人事主管陈某某的聊天记录,并当庭打开电脑出示电子版,证明年薪是有规定的,并不是无法确定的。

“即使是通过互联网打开的邮件及聊天记录,我们也不认可这种证据形式。”被告的代理律师表示,目前现在电子科技非常发达,电子证据存在可以用技术手段篡改的可能性。

通常情况下,由于身份虚拟性、内容易修改性等局限,电子文书独立作为证据证明事实的效力较弱。但是如果能够和其他证据相佐证,形成一个完整的证据链,法院是可以将其作为认定案件事实的证据予以采信。该案件的审判法官、房山法院“全国优秀法官”厉莉在接受本报记者采访时说。

她说,比如有公证人员在场,用电脑截图取得的电子邮件和QQ聊天记录,是能证明取证过程是客观存在的,内容也是未经修改的。但要想将该电子邮件的发送者或者聊天的对方与现实生活中的人员相对应,一般情况下,还需要提供其他证据。

她建议,如果双方确实为了沟通便利,打算将网络作为合同履行过程中的主要沟通方式,可以在合同订立时,将双方用以联系的邮箱地址或者QQ号码以及相对应的人员在书面合同中写明,在此基础上,提供的电子证据的证明效力就会更大一些。

因此,厉莉法官要求被告向法院提供社保部门出具的交纳保险的凭证和完税证明。法庭决定择期再开庭审理,当天没有宣判。

猎头市场仍待规范

猎头公司与接受服务的企业发生纠纷并不鲜见。此前,北京、上海、广州、深圳、成都等地都有类似案例发生。

“我们和之前的很多企业都有过很好的合作,企业都很感谢我们。”董辉对本报记者表示,“这样的纠纷我们还是头一次碰到。”

近年来,越来越多的企业开始委托猎头公司为其推荐经理等高级人才,猎头公司与客户之间的合同纠纷也随之增加。而据人才密集的中关村科技园所在地的北京市海淀区人民法院的一项调查显示,违约是导致猎头纠纷的主要原因。有的猎头公司为客户推荐人选之后,客户正式聘用了该人员,并支付了一部分人才推荐费。但是在工作过程中发现其不符合要求,不能胜任该职位,于是将其辞退并拒绝支付人才推荐费。

另一种情况是,猎头公司推荐的被聘用的该人员因为各种原因,在转正前或猎头公司对客户保证被聘人员应满工作期前辞职。

还有的猎头公司由于工作不慎,导致候选人中有一名或数名系通过伪造学历、工作经验等手段获取猎头公司客户的应聘机会,客户以猎头公司推荐造假候选人,未尽严格审查、筛选义务,拒绝支付服务费用。

“为了防范猎头寻人服务可能引起的纠纷,签订一个权利义务清楚、责任明确的合同是关键。”海淀区法院江锦莲法官对本报记者说。

双方在合同中应当写明猎寻对象的学位、学历、技能、工作经历以及其他条件,而且对有可能发生争议的条件要着重予以载明,例如学位、学历是否包括自考、委培、在职等等。合同应拟定清楚付款的时间和条件,例如客户与人才签订合同之日,或者人才试用期满之日等。同时,合同还应拟定清楚客户方必须支付猎寻服务费用的进度时间表以及未按时支付服务费用时应承担的法律费用,以避免类似纠纷的发生。