

凝聚商标品牌力量 助推创新驱动发展

商标品牌，是一个企业的核心竞争力，是一个城市经济综合实力的体现。近三年来，我市紧紧围绕“育牌、用牌、护牌”三大重点，加快培育自主品牌创牌，严厉打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品违法行为，助推创新驱动发展与经济转型，提升我市企业和产品在国际国内市场的竞争力，推动了全市商标品牌战略不断深入。

据初步统计，截至2016年年底，全市拥有有效注册商标15.9万件、省级商标品牌基地9个、驰名商标83件，省著名商标643件，市知名商标1344件，国际商标12809件，地理标志证明商标27件。其中，国际商标数和地理标志证明商标数位居全省之首。

东部新城。（仇九鼎 摄）

育牌篇

贴心服务

商标数量不断攀升

今年1月，宁波市乐趣服饰有限公司收到了国家工商总局商标局的商标注册受理通知书，标志着该公司申请注册的商标已进入核审阶段，这也是首件通过宁波商标受理窗口提交注册申请并由国家工商总局商标局受理的商标。

去年11月，我市获批成为国家工商总局商标局15个地方商标受理窗口之一并正式受理业务后，商标申请人可在家门口办理商标注册业务。“商标受理窗口开设后，免费、贴心的服务吸引了众多商标申请人及企业的关注。电话、上门询问的商标申请人及企业代表络绎不绝。”市市场监管局商标处相关负责人表示，除了宁波本地的商标申请人及企业外，受理窗口还吸引了来自杭州、义乌、舟山、上海等周边地区的商标申请人及企业。

“以往，企业委托代理机构申请商标注册需要缴纳商标申请代理费以及商标申请费。宁波商标受理窗口对外开放后，为企业及商标申请人直接省去600元至1000元不等的商标申请代理费用。”该负责人告诉记者，免去的代理费虽然不多，但带来的是实实在在的便利与实惠。此外，申请人办理商标注册申请如不符合办理要求，可现场咨询，经修改后提交申请，降低了企业及商标代理人因注册不符合要求被拒的风险。

“随着我市经济结构转型升级、供给侧改革加快，企业对商标品牌的培育更为重视，通过品牌指导站架起企业与政府的桥梁显得尤为重要。”作为新浦品牌指导站的副站长，“85后”的成义有着自己的一套做法。在线表单采集企业需

求；品牌下午茶分享企业创牌心路；各类机构对接会服务企业转型……随着新浦品牌指导站的快速发展，新浦商标品牌培育氛围更为浓厚。

“商标品牌战略是一项重要的经济发展战略，其实施也是一项长期性、基础性工作。”市市场监管局副局长陈元刚表示，市市场监督管理局在全省首开开展星级品牌工作指导站建设“星火计划”，通过市场监管部门和乡镇街道、行业协会、专业市场、商圈联手搭建平台，形成商标品牌指导的合力，积极为市场主体提供服务和帮助，从而夯实基层商标品牌指导工作基础。

“星火计划”推行的关键点在于基层，只有激发基层品牌指导站的活力，才能让星星之火形成燎原之势。如今，众多的“成义”以及他的品牌指导站正“捧着”小火苗，不断调动企业、政府及市场监管部门的力量，推进着我市商标品牌战略不断深入。

除了商标受理窗口与品牌指导站的助力，我市借助知识产权律师、专业中介机构等人才的力量，组建了商标品牌专家志愿团，在征集企业需求同时，推出“你点我讲”商标品牌实务讲座。培训活动突出实用性、互动性，参训人员普遍感到内容充实、实用，便于借鉴和操作。截至目前，培训活动已举办了26场，参与企业1300多家、品牌指导站工作人员及市场监管干部460多人。

“这套刚柔并济的‘组合拳’，让我市商标品牌发展再结累累硕果。”陈元刚说，来自市市场监督管理局商标处的统计数据显示，2016年，我市有7件商标被认定为驰名商标；51件商标被认定为省著名商标；80件商标被认定为市知名商标。

用牌篇

价值升华

商标成企业“吸金”利器

“现在我们望海茶名头更响了。”进入采茶旺季，宁波望海茶业发展有限公司总经理潘启真笑得合不拢嘴。就在几天前，杭州某公司通过阿里巴巴平台找到了宁波望海茶业发展有限公司，订下了一笔49万元的大单。

“49万元的大单刷新了尘封五年的望海茶销售记录，208公斤的茶叶加上包装后装了整整一卡车。”潘启真笑着说。潘启真的另一个身份是宁海茶叶协会秘书长，他告诉记者，获评中国国家地理标志产品后，“宁海望海茶”今年前四月的销售量已超过7000公斤，销售额逾630万，与

去年同期相比增长了30%。

望海茶的成功并非个案。“余姚瀑布仙茗”2002年获准注册前，当地茶叶每公斤只卖120元，茶农人均收入不到1万元。“如今，‘余姚瀑布仙茗’已占当地茶叶产量的50%，人均收入提升至1.5万元左右。”市市场监管局商标处相关负责人告诉记者，除了“余姚瀑布仙茗”，宁波不少地理标志创牌成功后，均有所斩获。“宁海梅林鸡”创牌成功次年，销售利润同比上升200%；“奉化水蜜桃”自成功注册后，不但每公斤价格翻了一番，而且还大受超市青睐，短短三年就成功进入沪、杭、台、温等地240多家大中型超市，年销售量

逐年递增。

商标品牌是一个企业的核心竞争力，为企业扩大知名度的同时，也有效缓解了企业融资难问题。“没想到商标权也能贷款，这正好帮助我们解决了近期的资金难题。”日前，慈溪市三北振慈离业专业合作社的范社长通过商标权质押从慈溪市农村商业银行拿到了50万元贷款。

近年来，宁波市市场监督管理局针对企业融资难问题，积极探索通过商标质押贷款缓解企业融资难的途径，采取多项服务措施，为企业提供高效融资对接服务，解决了企业在经营发展过程中遇到的资金“瓶颈”问题。据初步统计，截至

目前，已有22家企业获得商标质押贷款，商标质押融资金额已达18亿元。

位于周巷的慈溪市宝绿蔬菜专业合作社是当地的一家知名企业，其生产的安农牌黄瓜曾于2013年荣获“浙江省著名商标”称号。近期，该企业因收购当季农产品以及采购种子、化肥等需求，需要大量周转资金。“没想到半个月不到，我们就顺利拿到了贷款。”慈溪市宝绿蔬菜专业合作社的负责人沈先生告诉记者，通过商标权质押，解决了该企业的“燃眉之急”。同时，通过商标权质押贷款实现了无形知识产权的有形转化，企业品牌效应进一步提升。

护牌篇

坚持打假

监管模式推陈出新

我市进口葡萄酒市场曾经历过一段阵痛期，由于市场的快速发展，进口葡萄酒品牌的使用情况变得异常复杂，部分“傍名牌”的产品，甚至直接假冒的产品混杂其中，泥沙俱下，严重损害了消费者的合法权益。恰逢市市场监管局首次将“议题管理”概念引入行政执法，提出了“议题管理”的新型监管模式，市市场监管局保税区分局便将进口葡萄酒行业的商标专用权保护列为了“议题管理”的重点内容。

“通过‘议题管理’模式针

对性地开展红酒专项监管后，我们已连续两年未在市场内查获假冒侵权进口葡萄酒。”提到“议题管理”模式，市市场监管局保税区分局相关负责人充满了自信，他告诉记者，开展“议题管理”模式两年来，保税区红酒市场的影响力、美誉度得到进一步的巩固和提升，“正品、原装”的保税区进口葡萄酒，赢得了越来越多的消费者的信任和信赖。

所谓“议题管理”，即事先对本辖区监管领域中某些行业、某些品类商品的商标侵权现象开展集中调研、问题确认，系统分析评估该

类行业（商品）假冒侵权特点等，并采取重点管控、纠正、指导等执法干预措施，进而实现对相关商标侵权现象的有效监管模式。

成功推广多个“议题管理”模式后，去年我市制定出台了《关于运用“议题管理”模式开展商标监管工作的通知》，以“突出重点、攻大戒小、因地制宜、防打结合”为工作思路，全面推行“先期调研定议题、谋定后动抓要案、行业整治求实效、系统回顾促共享”的“四步走”监管模式。根据各地块状经济、流通领域商品经销特点，拟定细化方案，有效组织执法行

动。全市先后确定气动元件、小家电、文具、消防产品、鞋子、家用电器、汽车配件等20余个议题，加强了商标专用权保护工作。

查处假冒“威龙葡萄酒”的违法行为；查处假冒“清风”纸巾商标的违法行为；查处假冒“AR—ROW”箭牌卫浴连体坐便器的违法行为……据初步统计，去年全市开展商标“议题管理”的行政指导40多起，处理商标侵权案件392件，案值6556万元，罚款1073万元，移送司法机关案件5件，捣毁制假窝点39个，有效维护了商标权利人的合法权益。

本版图文：殷聪 黄迪



市场监管部门执法人员在市场检查商品商标是否规范。



商标注册申请人在宁波商标受理窗口咨询相关业务。



市场监管部门工作人员指导企业创牌。