宁波日报 NINGBO DAILY

▲去年秋天，象山柑橘获得大丰收。
（金旭 孙佳丽 摄）

◀宁海县桑洲镇茶农正在制作望海茶。
（徐展新 胡云杰 摄）

余姚市市场监管局工作人员正在检查部分企业的“余姚榨菜”商标使用情况。
（卢渭炜 孙佳丽 摄）

数量居全省第一，却有三分之一处于“沉睡”状态

地理标志证明商标：“名片效应”有待释放

不久前，“奉化千层饼”正式成为国家地理标志证明商标。截至目前，我市已拥有28类获得国家地理标志证明商标的农产品，地理标志证明商标总数继续位列浙江省首位。

去年，“余姚瀑布仙茗”价格是注册前的2.16倍；“余姚榨菜”产值已达14.5亿元，占余姚市农业产值的22.3%……这充分说明地理标志证明商标能带来巨大的品牌效应和极高的经济附加值。

但成功却不是普遍现象，还有一些地理标志证明商标，例如“余姚年糕”“宁海梅林鸡”“鄞州雪菜”等，注册成功后并没有产生预期的品牌效应，而是基本处于闲置状态。

本报记者 **孙佳丽** 通讯员 **黄迪 张松高**

有的红火有的沉寂 商标境遇“冰火两重天”

蒋阿姨在奉化溪口武岭门旁摆了个千层饼摊子，她家的千层饼最近换了个新包装，上面打着“地理标志证明商标”的标识。“这两个月来，千层饼的销量噌噌往上蹿。之前一般在节假日的时候生意比较好，现在即使是工作日，也经常会有人专门开车来买。”蒋阿姨开心地说。

自今年2月“奉化千层饼”正式成为地理标志证明商标后，当地千层饼的售价提高了25%，从业人员人均年收入估计能实现20%的增长。

2007年就已成为地理标志证明商标的“余姚榨菜”，早就借此占领大片市场。当年，“余姚榨菜”的销售量就提高了近20%，两年后，以超过54亿元的“身价”跻身全国农产品区域公用品牌价值百强榜单第五名。在2017年中国农产品区域公用品牌价值百强榜单中，“余姚榨菜”品牌价值超过71亿元。

地理标志证明商标的发展，还带动了我市种植养殖户收入的提高和就业人数的增加。据悉，自“象山梭子蟹”在2009年成为地理标志证明商标以来，梭子蟹养殖户年收入平均增长30%；“奉化水蜜桃”在9年时间里直接解决就业近2万人。

与这些地理标志证明商标的热度相比，另外一些商标却在注册之后慢慢进入了“沉睡”状态，且已达总数的三分之一。以“余姚年糕”为例，自2010年注册成为地理标志证明商标以来，该产品的单价仅从2.5元提高到3元，去年从业人员人均年收入仅比2010年增长了5.1%。

品牌缺乏有效维护 部分商标被“束之高阁”

记者搜罗了市区部分超市的米面制品货架，没有找到包装袋上打着“余姚年糕”这一地理标志证明商标的产品，在某电商平台上搜索“余姚年糕”，也很难找到标有地理标志证明商标的产品。“目前余姚年糕依然采用小作坊形式生产，还没有在包装上打上‘余姚年糕’这一地理标志证明商标。”“余姚年糕”地理标志证明商标权利人、余姚市河姆渡元国农产品开发有限公司负责人余元国说。

“近半数地理标志证明商标的‘沉睡’，与权利人的品牌管理存在漏洞、品牌维护不够有很大关联。”天一商标事务所朱秀平告诉记者，由于相关协会缺乏专业的管理人员来负责地理标志证明商标的宣传、使用和推广，管理规则无法落到实处，致使部分商标被“束之高阁”，品牌影响力也就无法得到拓展。

一位制作手工年糕的企业主告诉记者，他们更重视自己创立的品牌，也没有意识到地理标志证明商标能带来效益。

“不少农户市场意识和品牌意识较为淡薄，认为农产品能卖出去就行，有无商标无所谓，更谈不上去挖掘地理标志资源以及创牌了。”朱秀平说。

而部分有意通过地理标志证明商标来扩大销路、提高效益的企业或农户，大多“散、杂、小”，难以形成规模优势。在没有专业管理机构指导的情况下，他们往往缺乏对地理标志证明商标产品进行整体策划的意识，缺乏以深加工、精包装来“改善”产品档次和形象的思路，也缺乏通过品牌建设挖掘产品深度价值的能力。

此外，我市的农业企业或农户相互之间信息沟通少，生产结构趋同，产品经营以浅层的买卖关系为主，无法带来加工、流通环节的产品增值，难以产生产业集群的规模效应。同时，面对当前线上线下的立体营销模式，企业普遍缺乏应对之策，营销手段传统，导致地理标志证明商标影响力拓展受到约束。

申报材料日益枯竭 商标培育渐入瓶颈期

据了解，我市在2009年曾迎来地理标志证明商标注册的爆发期，注册数达9个，占我市注册总数的32.1%。但从2011年起，地理标志证明商标注册数每年基本只有2至3个，2016年、2017年分别只有一个地理标志证明商标注册成功。我市地理标志证明商标的培育已渐入瓶颈期。

“目前，我市正面临着申报材料日益枯竭的现象。”市市场监管局商标处相关负责人说。

注册地理标志证明商标，是为了保护某种资源，但这种资源是有限的，申请注册的时候需要提供能证明这种资源的环境条件、原材料、历史渊源等依据，因此拥有地理标志证明商标不是件容易的事情。

“奉化千层饼”申报地理标志证明商标之前，相关行业协会用了两年时间逐个走访溪口镇上30余个作坊，一方面宣传注册地理标志证明商标的重要性及意义，一方面征求商家对商标使用的意见及建议。2016年申报之初，国家商标总局对其主辅料产地提出质疑时，协会多次前往省、市、区档案局查找种植养殖历史记录，最终在《奉化农林志》中找到“奉化地产优质低筋小麦面粉”的出处，以“奉化东瀕象山港”的地理位置证明海产品苔条的无可替代，最终得以成功申报。

与“宁波汤圆”和“慈城年糕”相比，“奉化千层饼”已经是个“幸运儿”了。“宁波汤圆”10年前就已启动地理标志证明商标的申请工作，然而由于历史记载的缺失、申请主体的变迁，让这个在浙江省乃至全国小有名气的产品迟迟难以获得注册。“慈城年糕”遭遇的同样是这种困境。这就导致我市不少具有较大市场潜力的特色产品仍处于“一流品质、二流包装、三流价格”的尴尬境地。

挖掘与创新 唤醒“沉睡”的商标

在我市28个地理标志证明商标中，像“余姚榨菜”这样能带动一方经济发展、形成高收益的商标，恰好能成为那些“睡美人”效仿的对象。如今的“余姚榨菜”不仅仅是一个产业、一个农业品牌，更是余姚的一张名片。规模化生产、专业化加工以及品牌化营销是其成功的砝码。

针对过去榨菜加工企业和作坊“多、小、散”的实际，近年来，余姚市改良传统腌制生产方法，在全国榨菜行业中率先引入推广巴氏杀菌技术，有效解决榨菜防腐保存与质量安全等难题，基本实现防腐剂零添加，同时鲜头腌制也全部采用了食品级薄膜。

过去那种“千家万户种榨菜、腌榨菜，提着小篮卖榨菜”的场景在余姚早已不复存在。对榨菜生产基地实施“公司＋基地”的监管模式，已在余姚实现全覆盖。余姚市榨菜加工企业还先后与科研院所开展技术合作，开发研制出400余种新产品。为扩大品牌影响力、保证产品质量，余姚对品牌进行严格管理和规范，哪家企业在质量把关、标准化生产、收购价制定等方面违反协会规定，就不允许使用“余姚榨菜”商标。

“那些‘沉睡’中的地理标志证明商标，完全可以借鉴我市其他优秀商标的发展道路。”市市场监管局商标处相关负责人说，当前，商标权利人应积极打造以电商、店商、微商等营销平台，进行线上线下多方位整合营销策略。同时，打造实体化农旅融合项目，力推体验式营销。有条件的地理标志证明商标产品还可以注册国际商标，将产品推向国际市场。

同时，应加大重点龙头企业的扶持力度，大力推广“公司＋基地＋农户”的产业化经营模式，推广龙头带基地、公司连农户、产加销一体化等多种形式，形成大中小企业密切配合、依附龙头企业的市场和经营的完善体系，共同构建产业集群效应。

针对我市地理标志证明商标申报资源日益枯竭的现象，相关部门将深入各乡镇进行调研，全面了解我市农产品和水产品的特色、生产销售规模及目前发展的现状，确定合理的地理标志证明商标培育、注册梯次结构，并逐步提质增量，提高地理标志证明商标品牌规划的前瞻性和指导性。

新闻1+1

地理标志：特定品质为商品赢得信誉

根据我国《商标法》第十六条的规定，地理标志是指“标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、信誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志”。

地理标志包含四个方面的构成要素，即地理名称或其他足以代表该地域的标志、商品的特定品质、商品的信誉、独特的自然因素或者人文因素。四个要素之间相互联系、相辅相成。

独特的自然因素或人文因素，对地理标志证明商标指向商品的特定品质起决定性作用，《晏子春秋》里“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”是最广为人知的例子。经久不变的特定品质能为商品赢得信誉。

（孙佳丽 整理）

评说

商标的价值在于使用

余姚瀑布仙茗、余姚榨菜、慈溪杨梅、慈溪蜜梨、奉化水蜜桃、奉化千层饼、宁海梅林鸡、望海茶、象山柑橘、象山大白鹅、鄞州蔺草、鄞州雪菜……这些宁波人耳熟能详的特色农产品，都拥有一张金灿灿的名片——国家地理标志证明商标。

地理标志证明商标是一种知识产权，具有唯一性、独有性，一经权威部门认定，就会产生巨大的品牌效应。2002年，当“余姚瀑布仙茗”（茶叶）商标成为宁波第一个地理标志证明商标后，品牌形象得到快速提升，销售范围从本地扩展到全国及部分国际市场，每公斤茶叶的售价也从之前的百来元一下子飙升到一两千元。

地理标志证明商标来之不易。申请地理标志证明商标，必须收集、整理地理标志所标示的商品的特定质量、信誉等特征，甚至要提供地理标志所标示地区的地域环境和人文因素说明。光是地理标志的材料收集，就需要几个月甚至几年时间。可惜，一些地理标志证明商标辛辛苦苦申请下来，由于缺乏有效的管理而处于“沉睡”状态，品牌影响力无法得到拓展，实在令人感到心痛。

商标的价值在于使用。要让地理标志证明商标发挥应有的作用，需要主管部门和行业协会密切协作，引导农产品生产企业提高产品质量、增强产品特色、丰富产品文化、拓展产品市场，莫让费尽周折申请下来的地理标志证明商标就这么“沉睡”下去。

（王芳）

图示

张悦 制图

本报社址：宁波市鄞州区宁东路901号 问询电话：87688768、87682114 职业道德监督投诉电话：87654321 邮编：315042 电子信箱：nbdaily@163.com 法律顾问：素豪律师事务所罗杰律师、胡力明律师 宁波市高新区光华路299弄研发园C区 电话：87298700
广告部：87682193 发行中心电话：87685678、87685669 地址：宁波市鄞州区宁东路901号 定价每月35元 零售每份1.20元 宁波报业印刷发展有限公司 电话：87685550 昨日本报开印0时36分 印毕4时40分