

2019年度 汽车及汽车零部件工作组 工作报告

“减少假冒汽车零部件的销售流通，收集汽车产业相关知识产权信息”



中国IPG 汽车及汽车零部件工作组

1. 工作组概要

(1) 目的

- 联合开展工作，减少可能对顾客的安全产生影响的假冒汽车零部件的流通销售
- 收集汽车产业相关知识产权动向信息等，就如何应对或有效利用进行探讨

(2) 概要

- 汽车厂商、汽车零部件厂商等8家公司和1个团体参加



2. 活动主题

【设定主题的思路】

■ 联合开展**减少假冒零部件流通销售的工作**（No. 1-3）

■ 因出现设立汽车产业相关**知识产权联盟、专利快速保护中心**的趋势，就实态及趋势展开调查，**探讨日本汽车相关企业应如何应对或有效利用。**（No. 4-5）

【活动主题一览】

No.	主题名称	新增/持续	负责企业
1	车展上的消费者宣传活动	持续	KYB、电装、日本制铁、日产
2	联合宣传活动 (以政府或消费者为对象 (车展之外))	持续	马自达、AGC
3	与VDA*合作开展的应对假冒产品活动 (访问主管部门、销毁举报没收的商品、在线上/线下进行实态调查等)	持续	丰田、电装、日本制铁、日产
4	中国汽车产业知识产权联盟的实态调查	持续	日产
5	重庆知识产权快速维权中心 (汽车行业) 的实态调查	持续	本田

*: 德国汽车工业协会 (Verband der Automobilindustrie)

3. 2019年度实施事项/活动成果

No.	主题名称	2019年度的实施事项/活动成果
1	车展上的消费者宣传活动	<ul style="list-style-type: none"> 在JAMA、JAPIA、欧美汽车公司的赞助下，在广州车展上进行了正品和假冒产品的对比展示 介绍危险性、宣传4S店、网店、宣传工作组微博、通知政府部门及媒体、广东FM广播 等
2	联合宣传活动 (以政府或消费者为对象 (车展之外))	<ul style="list-style-type: none"> 开始通过JETRO官方微博发布信息 (活动介绍、发布与广州车展合作的信息 等) 阅读数最高达每日2324次，粉丝52人 (截至2020年2月底)
3	与VDA合作开展的应对假冒产品活动	<ul style="list-style-type: none"> 与VDA交流意见 (收集各公司举报数据并分析等) 访问河北省清河市MSA，之后出现举报增加趋势
4	中国汽车产业知识产权联盟的实态调查	<ul style="list-style-type: none"> 利用公开信息等持续进行观察 没有发现明显的动态
5	重庆知识产权快速维权中心 (汽车行业) 的实态调查	<ul style="list-style-type: none"> 确认功能强化的新机构的设立进度，进行访问，把握现阶段的业务内容等 功能强化的新机构尚在策划中，将于2020年实施运用

3-1. 车展上的消费者宣传活动

【课题】

- 为提高消费者对假冒产品的意识，需要持续开展活动
- 增加展示内容的趣味性，向更多的消费者传递信息，宣传网购地址

【实施事项】

在JAMA、JAPIA、欧美汽车公司的赞助下，进行正品和假冒产品的对比展示
车展举办时间：2019年11月22日至12月1日（车展观展人数约76万人）

【成果】

介绍假冒产品的危险性；宣传正品的质量和保障；
4S店的使用；网店宣传；介绍工作组微博并宣传活动内容
通知知识产权相关政府部门及媒体，提出合作请求；持续开展与广东FM电台的合作；

通过吸睛的展示和问答接力增加集客量，通过问卷把握消费者动向

【2020年度工作计划】

是有限的可直接向消费者进行宣传的机会，将持续开展。

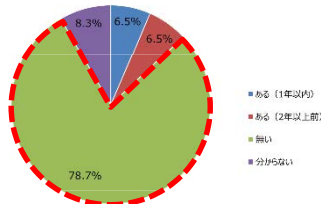
⇒改善19年度的问题，在此基础上，参加广州车展，进行问卷调查，持续把握消费者动向的变化。

3-1. 车展上的消费者宣传活动

问卷分析结果 (摘要)

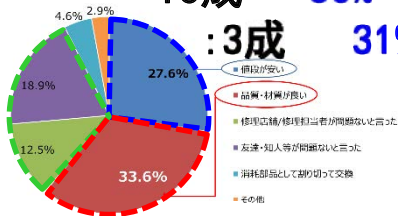
★是否曾购买过假冒产品

没买过：之前呈增加趋势，今年有所下降
78% → 83% → 79%



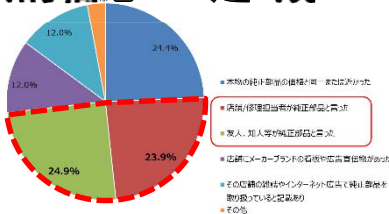
★知道是假冒产品但仍决定购买的理由

质量、材质好：3成多 32%→34%
价格便宜 :3成 30%→28%
别人推荐 :3成 31%→31%



★不知道是假冒产品而购买的理由

店铺、店员提供的信息：5成 45%→49%
与正品价格相同 :2成多 21%→24%
朋友提供的信息 :近3成 30%→25%



★向消费者和主管部门
进行宣传的宝贵机会
★相关团体团结一致

车展参展
持续开展

★没买过假冒产品的比例
呈上升趋势

持续开展
消费者宣传活动

★需要宣传购买正品的
途径

宣传店铺
二维码

★对更多的消费者进行
宣传活动

广东FM
SNS合作

★提高展示内容吸引力的
活动

问答接力
探讨+α

3-1. 车展上的消费者宣传活动



向众多消费者发布信息
与广东FM电台、SNS合作



向主管部门进行宣传
邀请主管部门，3个部门共6人观展



消费者动向调查（问卷调查）
2,277人参加，创历史最高纪录



对展示内容的兴趣增加
介绍问卷结果变化，实施问答接力

3-2. 联合宣传活动（以政府和消费者为对象（车展之外））

【课题】

- 向主管部门及普通消费者广泛宣传假冒产品的问题及危险性，增强理解，以此让顾客感到安全放心，同时保护我们的商业活动。
- 利用SNS（微博）定期发布我们的活动内容、假冒产品的问题及危险性、对策等相关信息，加深主管部门及一般消费者对假冒产品的理解。

【实施事项】

- 准备在SNS上发布的内容，与运营代理商签订合同并委托运营。
- 获得JETRO官方账号，介绍活动，与广州车展合作发布信息。

【成果】

- 开始在微博SNS平台发布信息，获得了一定的阅览数。
- 阅览数最多达到每日2324次，粉丝最多时为52人。

【2020年度工作计划】

- 持续在SNS上发布信息，推进增加阅览数和粉丝量等的措施。



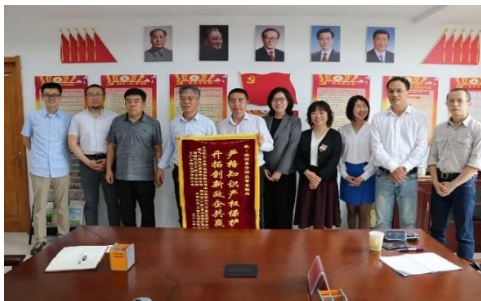
3-3. 与VDA合作开展应对假冒产品活动

【目的】

- VDA成员和IPG成员间分享经验。
- 与VDA合作，联合开展活动创造协同效应。

【实施事项】

- 与VDA进行了1次意见交流（收集各公司的举报数据并分析等）
- 访问河北省清河市MSA（2019年8月20日）



【成果】

- 分享了2018年度假冒零部件的举报件数及地区数据
- 与清河市MSA建立了良好的合作关系，举报案件数量上升

【2020年度工作计划】

- 收集并分析2019年度各公司的举报数据，探讨应如何有效利用
- 访问重点地区的主管部门

3-4. 中国汽车产业知识产权联盟的实态调查

【课题】

- 以北京福田为核心成立中国汽车产业知识产权联盟。如果将建立专利池，则有可能对日本企业造成威胁，有必要对其实态及动向进行调查。

【实施事项】

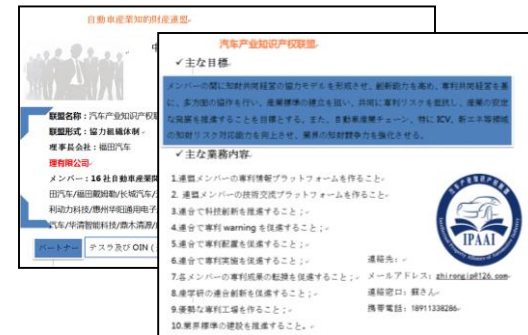
- 利用公开信息等持续进行观察

【成果】

- 本年度未发现显著动态

【2020年度工作计划】

- 今后将探讨是否有必要继续调查动向



3-5. 重庆知识产权快速维权中心的实态调查

【目的】

- 把握快速维权中心的设立实态、组织结构、业务内容等。
- 与快速维权中心合作，以便举办讲座，开展宣传活动等。
- 通过协作，构建新的权利纠纷解决途径。

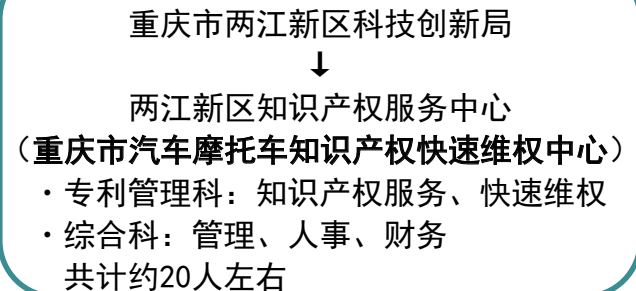
【实施事项】

- 确认功能强化的新机构的设立进度，进行访问

【成果】

- 2019年09月05日 进行访问，把握现状
 - 业务内容：为重庆市全市的2R、4R企业提供外观设计专利权相关的申请支援、权利确定、权利保护
 - 业务进展：尚处于以申请支援为主的阶段
 - 合作可能：虽然不是执法机关，但可以在协调纠纷、提供证据等方面提供协助，愿意联合开展活动
 - 信息共享：功能强化的新机构尚在策划中，可能在2020年开始实施运营

组织结构



【2020年度工作计划】

- 通过合作、创造成绩推进对现有机构功能的验证
- 持续收集新机构信息，探寻合作的可能性和运营方法

No.	主题名称	2020年度实施计划
1	车展上的消费者宣传活动	<ul style="list-style-type: none"> · 为数不多的直接向消费者进行宣传的机会，持续开展 · 改善2019年度的问题，在此基础上，持续把握消费者动向的变化
2	联合宣传活动 (以政府或消费者为对象 (车展以外))	<ul style="list-style-type: none"> · 持续在SNS上发布信息，推进增加阅览数和粉丝量等的措施
3	与VDA合作开展应对假冒产品的活动	<ul style="list-style-type: none"> · 收集并分析2019年度各公司的举报数据，探讨应如何有效利用 · 访问重点地区的主管部门
4	中国汽车产业知识产权联盟的实态调查	<ul style="list-style-type: none"> · 今后将探讨是否有必要继续调查动向
5	重庆市知识产权快速维权中心重 (汽车行业) 的实态调查	<ul style="list-style-type: none"> · 通过合作等推进对现有机构功能的验证 · 继续收集新机构信息，探寻合作的可能性和运营方法