

2021年度 专门委员会 假冒商品对策委员会



2022年3月10日

假冒商品对策委员会 委员长
野野山 律男
(电装(中国)投资有限公司)

1. 工作内容

提升成员企业(包括参会者个人)的假冒商品对策工作水平

2. 思路

①假冒商品对策工作，在成员企业之间不存在竞争关系。

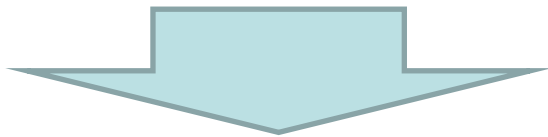
- 积极开展假冒商品对策工作的企业越多，就越可以在整体上打击假冒企业。

②委员会的意义不仅在于假冒商品对策委员会内展开讨论，结识各公司假冒商品对策负责人也很重要。

- 尽可能线下参与，而非线上沟通，为大家提供一个扩大圈子的平台。

③假冒商品对策委员会共拥有26家企业成员(截至3月)，组织规模较大。

- 单个企业无法解决的问题，也可借助机构组织(IPG、Jetro等)的力量加以解决。



尽可能地互通信息，提高自己的工作能力。

→ 各自的能力得到提升后，假冒商品对策的效果也就会加强，最终则有益于各个公司。

3. 工作开展情况

课题	案例	解决手段	适用企业
●应对① 可以依靠假冒商品对策委员会成员企业的知识见解进行探讨或加以解决的课题	· 海关方面的工作如何处理？ · 查处工作如何进行？ → 开展各种问卷调查和讨论等	· 假冒商品对策委员会内部讨论 · 向通过委员会认识的其他公司假冒商品对策工作负责人单独询问	· 经验：无-少 → 提出疑问 · 经验：中-多 → 向其他公司分享信息
●应对② 可以通过对外沟通交流加以解决的课题	· 与各电商平台举办交流会 → 单家公司很难与各电商交流 · 海关交流，与各地市场监督管理局交流	· 以假冒商品对策委员会身份策划与各电商平台或政府部门间的交流会	· 经验：无-少 → 出席交流会 （为扩大交流会规模作出贡献） · 经验：中-多 → 与电商平台交流（向其提问）
●应对③ 无法仅靠单个企业的努力得到解决的课题	· 不改变法律或执行，就无法解决 · 必须与上级部门交流，方能解决	通过涉外委员会白皮书提出建议，推动政府部门的相关工作	· 经验：无-少 → 为扩大规模作出贡献 （问题涉及到的企业越多则越好推动） · 经验：中-多 → 提出企业面临的问题

■ 讨论的推进方式

应对①：共享各公司的困难和疑虑，然后讨论能否依靠假冒商品对策委员会内部知识与经验得到解决。

应对②：应对①所无法解决的，与外部相关方面（电商平台、海关等方面）交流。

应对③：应对②所无法解决的，**作为假冒商品对策委员会的总体意见，通过涉外委员会白皮书提出建议。**

2021年度 假冒商品对策委员会

议题	讨论内容(摘录)	成果
与电商平台交流+网上对策方面	- 通过问卷调查, 共享各公司在电商平台开展假冒商品对策的情况 → 就与各电商平台的沟通方式、问题的解决方法等互通信息	■举办交流会 抖音(8/27)、阿里巴巴(9/15)、拼多多(3/3)
线下对策方面	- 共享O2O知识与见解(共享各公司在哪些电商平台上成功实现了O2O) - 在中国境外查处的仿冒品, 能否通过物流信息调查中国生产工厂? 希望海关向权利人发送通知, 委托进行疑似假冒商品的真伪鉴定时, 同时发来多张直接拍摄该疑似假冒商品的照片, 以便准确鉴定真伪。	■在白皮书“防止再犯”“完善并加强知识产权保护项目”“解决假冒商品流向海外的问题”等条目中, 提出以下建议。 - 海关多次进行停止侵权处理的, 应允许权利人获得包括住址等在内的委托人信息。 - 以持有著作权为理由, 要求电商平台进行删除等处理时, 不应要求该著作权必须已经进行著作权登记, 而应明确规定只要申请人能够以合理方法证明自己是该著作权的权利人即可。 - 海关向权利人发送真伪鉴定通知时, 发送直接拍摄的多张疑似假冒商品的照片。
与海关等政府部门交流	- 如何才能增加海关的查处数量 → 拜访单位/拜访次数和频率/交流内容等问题	■举办交流会 上海市场监督管理局(6/29)、北京市场监督管理局(9/8)、广州海关(2/16→重新协调)
自由讨论	- AACA特战队应用方法 - 公司内如何讲解假冒商品对策方针 等	■讨论主题数量: 5个主题 → 每月会议中确保30分钟左右的时间。以中文进行讨论, 提高讨论效率。
通过问卷调查共享信息	自己公司内探讨相关工作内容时, 加以参考借鉴 例: 假冒商品对策应该推进到什么程度? 可以在对比其他公司成绩的基础上, 探讨应将假冒商品对策开展到什么程度。 → 能够回答公司内经常被问到的“其他公司什么情况”的问题。	■问卷调查(仅同意共享信息的企业参加) - 电商平台的假冒商品对策工作情况(24家) - 海关查处情况(16家) - 海关以外的查处情况(15家) - 共享查处工作费尽周折的案例(13家) - 查处时的应对(15家)

■与电商平台/海关/市场监督管理局的交流形式

- 对方介绍假冒商品对策工作等情况
- 根据事先提交的提问事项沟通交流

(中文版)

问题④

1) 我们考虑如何能够让线上认定为权利人的损失额, 请注意些什么?

2) 为了增加损失额, 权利人准备呢? 例如除了网络平台

問題④

1) 摘発時の損害額の認定にあ上情報等)も活用したいと考えよいか?

2) また、損害額の認定を増や備すればよいか? 例えば、EC報があるのか?

问题③

市局在做行政案件当中是否采信一部金额能被执法机关认定为权的处罚金额?

作为权利人, 请问对于我们叫

問題③

当局の行政摘発案件の中に、ネット認めますか。

例えば、ネット店舗の商売データがの一部になれますか。

当局からこの権利侵害のネット店舗かつ、権利人として、ネットデータで認めれますか。

问题⑤

目前阿里巴巴要求真假对比需同一同款式/型号的真假对比点都是共LOGO的不一致等), 在对比材料的产品”的情形下, 是否可以不再的产品线, 型号繁多, 每个投诉都

質問⑤

アリババへの真贋対比の投訴は同一る。しかし多くの製品は品番が異なる真贋鑑定ポイントが存在している)。真贋鑑定対比資料の中に明確にる」と記載した場合、同一品番の真贋の間違いなどで品番が多く、それは要求が高い。

(中文版)

以前和某海关交流的时候海关说明, 通过行邮渠道查获侵权时海关往往会依职权销毁产品, 如果运输公司提出异议有时会委托权利人进行真伪鉴定。

问题8: 广州海关对行邮渠道有相同的运用吗?

问题9: 如果向广州海关询问权利人(弊社:DENSO)的一年通过行邮渠道查获的数量有多少, 能不能给权利人答复?

问题10: 在行邮渠道, 以运输业者的反驳等理由委托权利人判定侵权的比例是多少? 如果可能的话, 请告诉我大概的比例, 例如10%等。

(海关委托权利人判定侵害鉴定时, 想知道是不是基本上通过货运渠道查获的案件。我想根据海关公开的货运渠道查获的数量来评估敝司的查获数量)

以前ある税関と交流をした際、小口郵便ルートでの押収は税関側が職権で対象製品を廃棄するケースが多く、輸送業者から反論があった場合に権利者へ真贋鑑定を依頼するケースがあると教えて頂いた。

質問8: 広州税関でも小口郵便については同じ運用がされているのか?

質問9: 弊社(DENSO)の小口郵便ルートでの摘発数が年間どの程度あるのか広州税関へ問合せをした場合、回答頂くことは可能か?

質問10: 小口郵便ルートで輸送業者から反論がある等の理由で権利者へ侵害判定を依頼する割合はどの程度か? 可能であれば大体の割合(例えば10%等)を教えてください。

(税関から権利者へ真贋鑑定の問合せがある場合、ほぼ貨物輸送ルートで抽出された案件であるのかを知りたい。税関が公開している貨物輸送ルートの摘発数から自社の摘発数を評価したい)

7/7

6/7

4/7

5/6

4. 今后工作方式 (计划继续实施21年度工作方针)

课题	案例	解决手段	适用企业
●应对① 可以依靠假冒商品对策委员会成员企业的知识见解进行探讨或加以解决的课题	· 海关方面的工作如何处理? · 查处工作如何进行? → 开展各种问卷调查和讨论等	· 假冒商品对策委员会内部讨论 · 向通过委员会认识的其他公司假冒商品对策工作负责人单独询问	· 经验: 无-少 → 提出疑问 · 经验: 中-多 → 向其他公司分享信息
●应对② 可以通过对外沟通交流加以解决的课题	· 与各电商平台举办交流会 → 单家公司很难与各电商交流 · 海关交流, 与各地市场监督管理局交流	· 以假冒商品对策委员会身份策划与各电商平台或政府部门间的交流会	· 经验: 无-少 → 出席交流会 (为扩大交流会规模作出贡献) · 经验: 中-多 → 与电商平台交流(向其提问)
●应对③ 无法仅靠单个企业的努力得到解决的课题	· 不改变法律或执行, 就无法解决 · 必须与上级部门交流, 方能解决	通过涉外委员会白皮书提出建议, 推动当局的相关工作	· 经验: 无-少 → 为扩大规模作出贡献 (问题涉及到的企业越多则越好推动) · 经验: 中-多 → 提出企业面临的问题

■22年度推进方式

应对①: 共享各公司的困难和疑虑, 然后讨论能否依靠假冒商品对策委员会内部知识与经验得到解决。

应对②: 应对①所无法解决的, 与外部相关方面(电商平台、海关等方面)交流。

应对③: 应对②所无法解决的, **作为假冒商品对策委员会的总体意见, 通过涉外委员会白皮书提出建议。**