

2022年度 专门委员会 假冒商品对策委员会



2022年9月8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)

■活动目的

提高参加企业（参加者本身）的假冒商品对策活动的水平

■思路

①假冒商品对策活动不会在参加企业之间形成竞争关系

- 积极开展假冒商品对策活动的企业数量增加，有望作为一个整体对造假者形成有效威慑

②除了在假冒商品对策委员会的内部讨论外，结交各公司的假冒商品对策负责人也很重要

- 希望提供一个可供大家尽可能莅临现场互相结识的地方，而不仅仅在网上

③已有28家公司（截至9月）加入假冒商品对策委员会，已经成为一个规模较大的组织

- 希望充分利用组织（包括IPG、Jetro）的力量，解决单个公司难以解决的课题



尽可能地相互交流信息，并努力提高自身的能力

→ 各家公司的能力得到提高的话，假冒商品对策的有效性也会提高，有利于各公司。
（某家公司认为理所当然的活动内容对其他公司而言却可能属于非常重要的信息）



2022年度 假冒商品对策委员会



■参加企业（截至22/8）

（排名不分先后，省略尊称）

No.	会员名称	No.	会员名称
1	卡西欧（中国）贸易有限公司	15	富士电机株式会社北京事务所
2	欧姆龙（中国）有限公司上海分公司	16	五十铃（中国）企业管理有限公司、五十铃自动车株式会社
3	尤尼克斯株式会社	17	富士胶片商业创新（中国）有限公司
4	KYB株式会社	18	兄弟（中国）商业有限公司
5	日东电工（中国）投资有限公司	19	尼康映像仪器销售（中国）有限公司
6	雅马哈发动机株式会社北京事务所	20	恩梯恩（中国）投资有限公司
7	索尼（中国）有限公司	21	贝亲管理（上海）有限公司
8	电装（中国）投资有限公司	22	东芝（中国）有限公司
9	丰田汽车（中国）投资有限公司	23	大王（南通）生活用品有限公司
10	日立（中国）有限公司	24	京瓷（中国）商贸有限公司
11	日产（中国）投资有限公司	25	东洋纺管理（上海）
12	三菱电机（中国）有限公司	26	东陶（中国）有限公司
13	本田技研工业（中国）投资有限公司	27	花王（中国）投资有限公司
14	松下电器（中国）有限公司	28	万代南梦宫（中国）投资有限公司

2022年度 假冒商品对策委员会

■推进方法

课题类型	案例	解决手段	各企业的作用
通过假冒商品对策委员会的参加企业所具备的知识能够研究/解决的课题 → 应对①	- 如何与海关交流? - 如何查处? → 实施各种问卷调查、讨论等	- 在假冒商品对策委员会的内部讨论 - 单独询问认识的其他公司的假冒商品负责人	- 经验: 无~少 → 提问 - 经验: 中~多 → 与其他公司共享信息, 探求新知识
通过与外部进行交流能够解决的课题 → 应对②	- 与各电子商务网站的交流会 → 单个公司难以与各电子商务网站交流 - 与海关交流、与各地的市场监督管理局交流	计划作为假冒商品对策委员会与各电子商务网站/部门开展交流会	- 经验: 无~少 → 参加交流会 (为扩大交流会规模做贡献) - 经验: 中~多 → 向交流对象提问(交流)
通过单个公司的努力难以解决的课题 → 应对③	- 如不更改法律/运用则无法应对 - 不与上级部门沟通则无法应对	作为假冒商品对策委员会的共识 通过涉外委员会的白皮书提出建议 , 并游说相关部门。	- 经验: 无~少 → 为扩大规模做贡献 (受困扰企业越多越好) - 经验: 中~多 → 提出所面临的课题

应对①: 共享各公司的问题和疑问, 并讨论能否通过假冒商品对策委员会内部的知识来解决。

应对②: 如通过应对①无法解决, 则与外部相关人士(电子商务平台、海关等部门)进行交流

应对③: 如通过应对②仍无法解决, 则**作为假冒商品对策委员会的共识通过涉外委员会的白皮书提出建议**,



积极参与讨论将能够获得必要的信息

议题	讨论内容（部分摘录）	成果
与电子商务平台交流 +线上措施相关	- 通过问卷调查，共享各公司在哪些电子商务平台开展假冒商品对策 → 共享如何与各电子商务平台互动以及如何解决问题	■举办交流会 已举办：京东(7/22)、阿里巴巴(8/1)、 调整中：抖音(22/10左右)、拼多多(23年)、微信(23年)
线下措施相关	- 对声称是权利人授权的维修店的造假者的应对 - 如在中国境外查处到，能否根据运输信息调查中国的生产工厂？	■正在研究是否在白皮书中提议以下内容 在某些平台中，电子商务店铺的销售数量不可信（虚假订单较多），权利人无法判断是否应采取对策。如鉴定出购买的样品为假货，希望各平台能够采取措施要求店铺披露销售数据。
与海关等部门的交流	- 如何增加海关的查处数量等 → 访问地点/数量和频率/交流内容的问题	■举办交流会 广州海关(4/20)
通过问卷调查共享信息	在自己公司内部研究活动内容时用作参考 例：将假冒商品对策推进到何种程度？可以在比较其他公司的实绩的同时，研究将假冒商品对策推进到何种程度 → 能够回答公司内部的常见问题“其他公司呢？”	■问卷调查（仅限同意信息共享的企业参加） - 电子商务平台的打击假冒商品活动情况(14家) - 海关的查处情况(16家) - 海关以外的查处情况(12家)

希望开展只有通过集体组织才能开展的活动

与电子商务平台/海关的交流方式

- 交流对象对假冒商品对策活动进行说明
- 根据事先发送的提问事项开展意见交流

(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