DOI: 10.5846/stxb201303220484
刘璇,张寻微,关文彬.中国驰名商标上的生物多样性保护问题探讨.生态学报,2014,34(17):5062-5068.
Liu X,Zhang X W, Guan W B.Analysis on biodiversity conservation issues involved in chinese reputed trademarks.Acta Ecologica Sinica,2014,34(17):5062-5068.

中国驰名商标上的生物多样性保护问题探讨

刘　璇,张寻微,关文彬*
(北京林业大学自然保护区学院, 北京　100083)

摘要:保护商标上的生物多样性问题将成为社会关注的焦点。用生物的形象或图形作为标识的商标定义为生物商标,同时将用于商标的生物称之为商标生物。商标作为一种商品,一种无形资产,一种知识产权,特别是驰名商标,商标生物的文化、美学、传播价值为商标带来超额的"虚劳动"价值。2002—2011 的十年间,中国经济总量上升到第二位,中国驰名商标认定最多的沿海 5 省驰名商标累积数量增长随着 GDP 年际呈指数增长趋势。十年间中国认定的驰名商标共 2766 个,其中生物商标共 274 个,约占驰名商标总数的 10%;所包括的商标生物可以按生物类群进行分类的生物商标共 201 个,其中植物类生物商标为 83 个(包含概念型植物),动物类生物商标为 118 个(包含概念型动物);在商标生物中实际的动植物为 93 个,文化概念类动植物为 108 个;在商标生物中,实际的植物为 42 个,实际的动物为 51 个;文化概念类植物为 41 个,文化概念类动物为 67 个。中国驰名商标生物中国家重点保护野生植物占 2.03%;驰名商标生物中国家重点保护野生动物占 4.99%。如果生物商标企业树立起保护商标上的生物多样性的意识与社会责任,同时付诸实际的保护行动,这将为推动全社会关注与保护生物多样性、建设生态文明起到积极贡献。

关键词:驰名商标;生物商标;商标生物;生物多样性保护

Analysis on biodiversity conservation issues involved in chinese reputed trademarks

LIU Xuan, ZHANG Xunwei, GUAN Wenbin*
Beijing Forestry University College of Nature Conservation, Beijing 100083, *China*

Abstract: Biodiversity issues involved in trademark protection will become the focus of the public.biological trademark is delineated as trademark using biological images or biological graphics. The relevant species are called trademark species. As trademark is often regarded as a commodity, an intangible asset, an intellectual property, the cultural value, aesthetic value and communication value of trademark species, especially for famous trademarks, can bring excess fictitious labor value. During 2002 to 2011, China's GDP has rose to the second in the world, at the same time, the quantity of famous trademarks in five coastal provinces whose reputed trademarks rank top five in China, has grown increases exponentially. During the ten years, China has recognized 2766 well-known trademarks, including 274 biological trademarks, about 10% of the total number. About 201 trademark involved in can be classified according to biological groups, in which plant biological trademarks are 83, including conceptual plant, animal biological trademarks are 118, including conceptual animals, cultural conceptual species are108; in trademark species, there are 42 plants, 51 animals; cultural conceptual plants are 41, and cultural conceptual animals are 67. In Chinese well-known trademark species, the national key protected wild plants account for 2.03%; the national key protected wild animals account for 4.99%. Supposing that biological brand enterprises realized the biodiversity conciseness and social deputes in trademark protection, and took actions, they would

收稿日期:2013-03-22;　　**修订日期**:2014-05-26
* 通讯作者 Corresponding author.E-mail: swlab@ bjfu.edu.cn

make a great contribution to strengthening society's attention, promoting biodiversity conservation and construction of ecological civilization.

Key Words: famous trademark; biological trademark; trademark species; biodiversity conservation

商标是指生产者、经营者为使自己的商品或服务与他人的商品或服务相区别,而使用在商品及其包装上或服务标记上的由文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合所构成的一种可视性标志[1]。世界知识产权组织(World Intellectual Property Organization,WIPO)官方网站定义,商标是将某商品或服务标明是某具体个人或企业所生产或提供的商品或服务的显著标志。

经商标局核准注册的商标,包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标,商标注册人享有商标专用权,受法律保护,如果是驰名商标,将会获得跨类别的商标专用权法律保护(中华人民共和国商标法2001)。驰名商标作为国际上通用的法律概念,首创于1883年的《保护工业产权巴黎公约》[2]。其英文名称是"Well-Known Trademark"或者"Well-Known Mark"[3]。驰名商标是指经过长期使用已在一国或世界范围内享有较高声誉,经认定机构认定的商标[4]。

商标创作和使用过程中形成的包含无差别的人类劳动,存在于人们观念之中的特殊的价形态[5]。商标象征着指定商品的信誉,标志着该商品的质量,是企业自身实力的体现。商标具有识别、宣传、推销产品,树立和维护产品的权威和信誉,装饰和美化商品的功能[6]。因此,商标作为一种软性资产[3]或无形资产已经得到了公众的认可。商标作为企业无形资产的价值正与日俱增,企业最有力的竞争手段无疑将是商标[7]。

商标价值是商标在某一特定时间的使用价值和经济价值,是随着商标与商品使用的过程中实现的价值的。商标是一种无形资产,又是一种知识产权,同时商标还是一种商品[8]。商标的设计、注册、使用过程中,有一类商标采用生物形象、生物名称的,本文将这类用生物的形象或图形作为标识的商标定义为生物商标。

然而,在诸多研究商标价值评估[8]过程中,生物的美学价值、文化价值、传播价值却被忽视。商标想要成为驰名商标是需要经过长时间的市场和消费者的检验,具有广泛的公众认可度,最后通过国家权威机构认定成为驰名商标,所以驰名商标的价值在严苛的驰名商标认定标准中可见一斑[9]。驰名商标表明其拥有者在商界的巨大成功,反映着企业产品以及企业自身在消费者心目中的良好的商品信誉和卓越的商业保证,体现了其产品在市场上的占有量和随之而来的效益和利润[9]。

毋庸置疑,生物商标中的驰名商标的价值也含有生物价值带来的附加价值。那么,随着国际上生物多样性保护潮流的兴起,作为使用生物商标,生物商标来来效益的企业,是否应该承担保护生物多样性的责任呢?因而,为了评估驰名生物商标价值中所含的生物本身带来的价值,本文首先以我国截止到2011驰名商标数据(http://www.21sb.com/)对其中生物商标作以分析,期望对保护商标上的生物做出倡议上的依据。

1　中国驰名商标现状分析

截止到2011年,中国认定的驰名商标共2766个,其中生物商标共274个,约占驰名商标总数的10%(图1)。

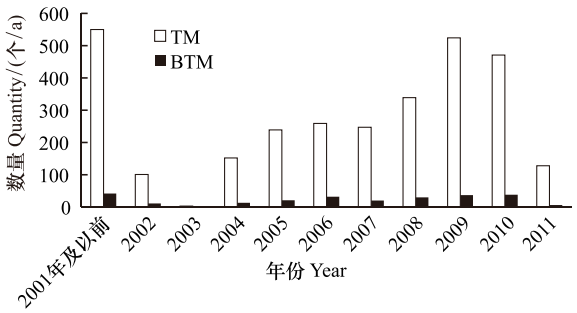

图1　生物商标在驰名商标中的比例

Fig.1 The represent of Biological trademark in well-known trademarks

TM: 商标 Trademark; BTM: 生物商标 BTMBiological trademark

十年间,中国是世界上经济增长最快的国家,中国产业竞争力的增长速度非常惊人,实现了由计划

经济向市场经济的转型,到 2012 年,中国经济总量从世界第六位上升到第二位。随着年度中国经济总量的快速增长,驰名商标的累积数量具有同步性,这可由中国驰名商标最多的沿海 5 省 GDP(http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2011/indexch.htm)年际增长(图 2)与驰名商标累积数量增长呈指数趋势(图 3)可得出。

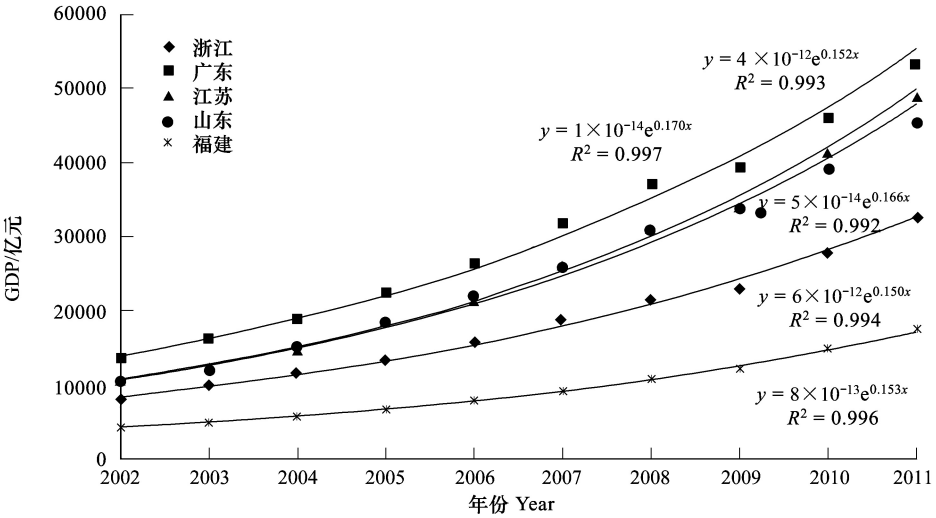

图 2 中国沿海 5 省 10 年 GDP 年增长趋势($R^2_{0.001} = 0.7604$)

Fig.2 GDP annual growth trend of China's coastal provinces in 10 years($R^2_{0.001} = 0.7604$)

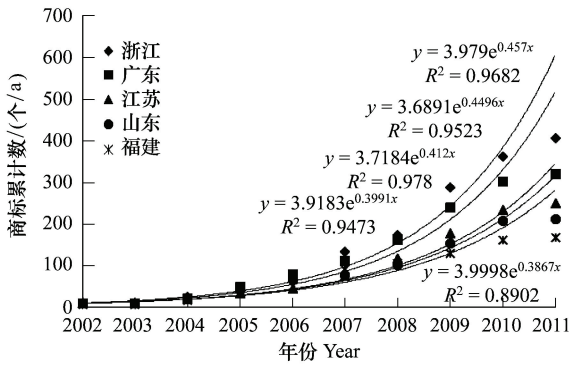

图 3 中国驰名商标沿海 5 省分省总数增长趋势($R^2_{0.001} = 0.7604$)

Fig. 3 Growth trend of the total number of well-known trademarks in China coastal provinces($R^2_{0.001} = 0.7604$)

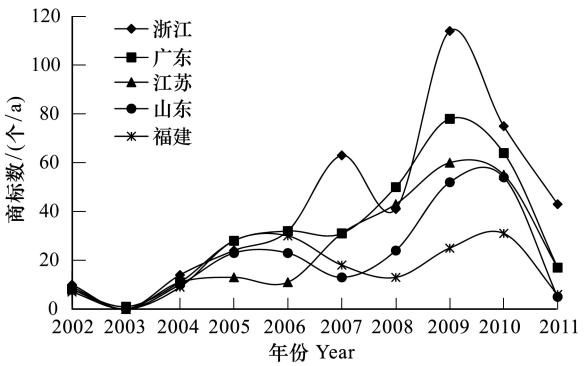

图 4 中国驰名商标沿海 5 省分省数量年变化

Fig.4 Changes in the number of years of Chinese well-known trademarks in coastal provinces

值得说明的是,沿海 5 省驰名商标年实际增长数量 2009 年以前呈波动性指数增长,2010、2011 年年实际增长数有所下降(图 4)。

2 驰名商标中的生物商标分析

目前发现最早的工商业印刷商标广告就是北宋时期济南刘家针铺制作的铜板这个钢板四寸见方,中心位置绘有商标——白兔捣药图,上书:“济南刘家功夫针铺白兔”。两边写着“认门前白兔儿为记”;可见我国最早的较正统的商标和广告,都是从动物开始的。在国外,最早的商品标记也出自于动物。根据记载,西班牙的游牧部落为了在交换时与别人的牲畜相区别,就在自己的牲畜上打上烙印。这种烙印就是外国最早的商标[10]。由于动物和植物的形象美妙,色彩鲜艳并且寓意美好,很容易被人接受和记忆,作为商标标识深受商标设计者青睐。据统计,在我国商标名称和图形中,大部分来自动植物以及地理和景观;其中,相较于地理名称、常见景物名称、常用物品名称、吉祥词语以及其他例如人名、数字几何图形,动物和植物占有较大比例,分别

是 15.99%和 8.11%[11]。

2.1　驰名商标中生物商标比例

比较 2001—2011 年认定的驰名商标数量和驰名商标中的生物商标数量可见,在每一年认定的驰名商标中,生物商标都占有一定比例。截止到 2011 年,我国认定的驰名商标共 2766 个,其中生物商标 274 个,约占驰名商标总数的 10%。这中间例如“金丝猴”,“雕牌”,“红豆”等生物商标早已闻名遐迩,深入人心[12]。

在 2001 年到 2011 年认定的驰名商标中,生物商标比例为 8%;其中,2002 年生物商标比例为 11%,2003 年认定的驰名商标总数为 3 个,生物商标数量为 0;从 2004 年到 2011 年驰名商标中生物商标的比例分别为 9%、9%、12%、8%、9%、7%、8%、5%。

2.2　生物商标在各省市区的分布

由于中国经济发展的不均衡,在不同的省市区,驰名商标的数目差别比较大,生物商标数目也随之变化。从图 5 可以看出,驰名商标总数靠前的 5 个省份,浙江、广东、江苏、山东、福建,其驰名商标和生物商标数目分别为: 455、337、276、246、181 和 33、24、26、24、22 个。相对较少的 5 个省区,新疆、青海、甘肃、宁夏、西藏,其驰名商标和生物商标数目分别为:13、10、8、5、5 和 1、0、1、1、0 个。我国 31 个省、市、自治区加上香港和台湾地区,其中驰名商标中没有出现生物商标名称的有 4 个地区,除了澳门、台湾地区没有查到数据外,没有生物商标有青海、西藏。

2.3　生物商标应用的领域

以生物名称为产品商标已经涉及到生活的方方面面,衣、食、住、行各个领域到处不乏其身影。根据国际通用的尼斯分类表(商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定,中国 1994 年 5 月 5 日加入),商标共分为 45 类,其中商品 34 类,服务项目 11 类,共包含一万多个商品和服务项目。而生物商标基本上在这 45 类中均有出现,基本上涵盖了人们生活中能够接触的各类产品和服务。例如,衣:红豆西服、海螺衬衫、鸭鸭羽绒服、金猴皮鞋等;食:红梅味精、大白兔奶糖、银鹭八宝粥、小肥羊餐饮连锁店等;住:小天鹅洗衣机、金鱼洗涤灵、白猫洗衣服、飞鹰缝纫机、榄菊蚊香、兔宝宝胶合板、鼎鹿水泥、玉兰墙纸等;行:飞鸽自行车、奔马摩托车、海马汽车、熊猫照相机、bird(波导)手机、小天鹅餐饮住宿等。

3　驰名商标上的生物多样性分析

为了便于分析驰名商标上的生物多样性,将生物商标上的生物称之为商标生物,即形象或图形被用作商标标识的生物总称。

3.1　商标生物的分类

在驰名商标中,生物商标共 274 个,可对其进行分类的生物商标共 201 个,其中植物类生物商标为 83 个(包含概念型植物),动物类生物商标为 118 个(包含概念型动物);在商标生物中,实际的动植物为 93 个,文化概念类动植物为 108 个;在商标生物中,实际的植物为 42 个,实际的动物为 51 个;文化概念类植物为 41 个,文化概念类动物为 67 个(图 5)。

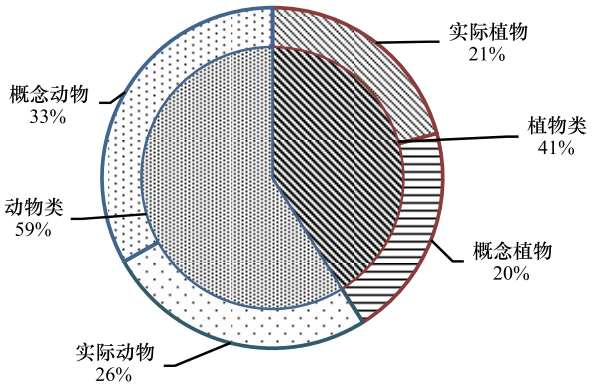

图 5　中国驰名商标中商标生物的分类

Fig.5　Classification of well-known trademarks in trademark species

3.1.1　商标生物中的植物类群分析

对实际的植物类商标生物进行分类,得出在植物类商标生物中,裸子植物为 4 个,被子植物为 38 个;其中,被子植物中单子叶植物为 10 个,双子叶植物为 28 个(图 6)。

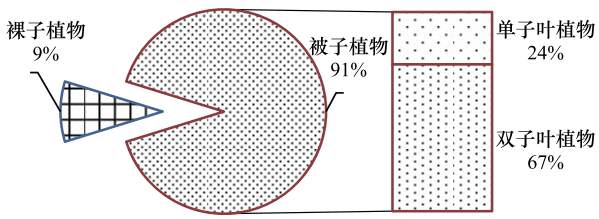

图 6　生物商标中植物类群及比例

Fig.6　The proportion of plant groups in the biological trademark

在所有可分类的植物类商标生物中,蔷薇目为 7 个,禾本目、菊目、无患子目分别为 5 个,松柏目为 4

个,天门冬目、棕榈目、睡莲目分别为 2 个,银杏目、百合目、桃金娘目、木兰目、壳斗目、豆目、管花目、虎耳草目、锦葵目、伞形目、山茶目分别为 1 个,其比例如图 7。

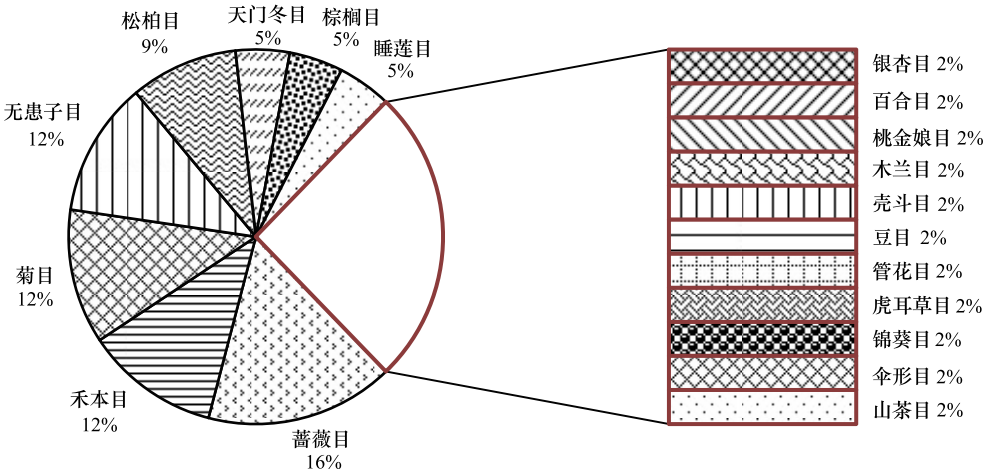

图 7 生物商标中植物目的比例

Fig.7 Proportion of the plants in the biological trademark

3.1.2 商标生物的动物类群分析

在实际动物类商标中,软体动物门数量为 1 个,节肢动物门数量为 5 个,脊索动物门数量为 45 个。这其中,属于鸟纲数量为 37 个,鱼纲数量为 5 个,昆虫纲数量为 4 个,腹足纲、蛛形纲、软骨鱼纲、辐鳍鱼纲、爬行纲数量分别为 1 个(图 8)。

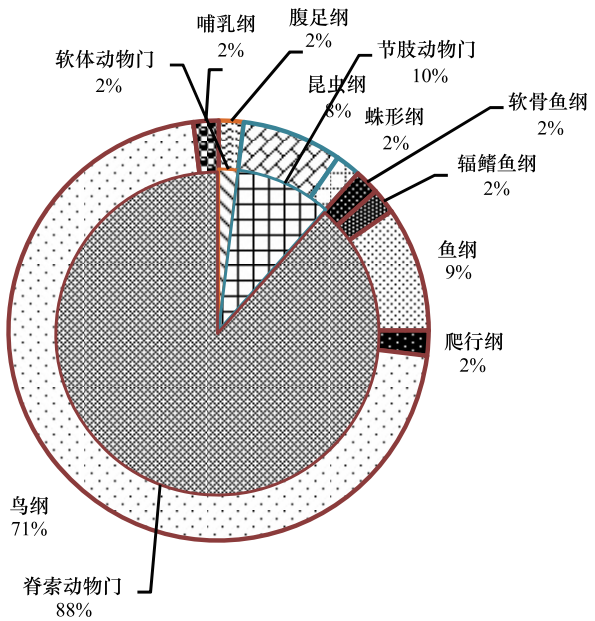

图 8 生物商标中动物类群及其比例

Fig.8 The proportion of fauna in the biological trademark

在动物商标中,鸟类商标占动物类商标的 73%(图 9)在鸟类商标中,雁形目数量为 10 个,隼形目数量为 9 个,鸡形目和鸽形目数量分别为 4 个,雀形目数量为 3 个,鹤形目数量为 2 个,鸳形目、鸱形目、鹳形目、企鹅目、鸵鸟目数量分别为 1 个。

3.2 商标生物中国家重点保护野生动植物分析

在生物商标中,实际动植物商标为 93 个,国家重点保护野生植物商标为 6 个,国家重点保护野生动物商标为 22 个(图 11)。1999 年国务院颁布的《国家重点保护野生植物名录(第一批)》(以下简称《名录》)中所列植物有 246 种(含变种)和 8 类,依据 Flora of China 和《中国植物志》对 8 个类群(2 个科和 6 个属)进行拆分后,确定《名录》中所包含的植物物种为 299 种(包含种下等级),去除 3 种菌类和藻类植物后的 296 种植物物种[11],驰名商标上国家重点保护野生植物占 2.03%。我国第一批动物保护名录《国家重点保护野生动物名录》(1988 年版)中有 110 科 254 属 441 种,驰名商标上国家重点保护野生动物占 4.99%。

4 驰名商标上的生物多样性保护

在生物商标被广泛使用的今天,无论是消费者还是商家对于商标上的生物大部分都持着“可以无偿使用”的态度,保护商标上的生物这一观念还没有被广泛的认同。仅有少部分企业出于对自身品牌的宣传以及对生物多样性保护而通过出资或宣传的途径保护商标上的生物。2005 年全球环境基金(GEF),

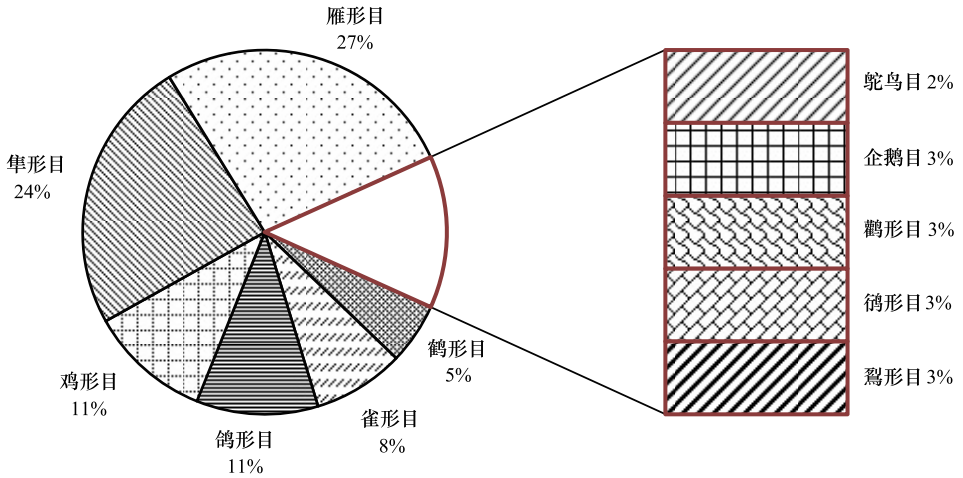

图 9　动物类商标中鸟类目的比例

Fig.9　The proportion of birds in the animal trademark

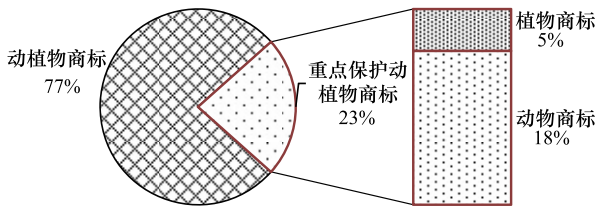

图 10　生物商标中重点保护动植物商标分类百分比

Fig.10　Key protected plants trademarks in the proportion of biological trademark

世界银行及世界自然保护联盟(IUCN)设立了“Save your logo”计划,该计划旨在鼓励私人组织或公司参与保护各自 logo 中出现的生物,旨在提醒人们维持生物多样性和保护濒临灭绝物种迫在眉睫(http://www.saveyourlogo.org/),并成立了生物多样性保护基金(FDB,http://www.fdbiodiversite.org/fr/)。法国品牌 LACOSTE 因其标志为鳄鱼的形象,第一个参加了这项计划,并承诺通过各种举措保护濒临绝种的鳄鱼 (http://www.saveyourlogo.org/partenaires/lacoste/)。随后,法国最大的保险公司 MAAF 也加入这项计划,MAAF 的标识是海豚形象,将立志保护濒临灭绝的海豚及其他生物(http://idsgn.org/posts/save-your-logo/)。国内家具领军品牌全有家私因选择了大熊猫作为其品牌的形象大使,在 2005 年出资终身领养成都大熊猫保护基地以及卧龙大熊猫保护基地的大熊猫各 1 只,并为大熊猫设计家具供其玩耍(http://www.quanyou.com.cn/)。

中国是生物多样性特别丰富的国家之一,中国的生物多样性居世界第八位,北半球是第一位。同时,中国也是生物多样性受到最严重威胁的国家之一。高等植物中濒危种高达 4000—5000 种,占总种数的 15%—20%。在“濒危野生动物种国际贸易公约(CITES)”列出的 640 个世界性濒危物种中,中国就占 156 种,约为其总数的 1/4,形势是十分严峻的。另外,中国现在又是生物入侵种类日益增加的国家之一,再者,中国是为世界提供生物资源最多的国家之一,人类的衣食住、行乐医等必需品大都来源于植物资源,中国为全球社会提供了青稞、黄豆、赤豆、芥菜、杏、桃、桔、芝麻、茶等一系列重要的食物及其它生物遗传资源;同时,中国为世界提供了丰富的药用生物资源[13]。中国是最早签署《生物多样性公约》的国家之一,政府积极采取措施履行公约规定的义务。

保护生物多样性已经不仅仅是国家和少数环保组织的责任,更需要企业担当起社会责任。国家一级保护动物东方白鹳在天津北大港湿地自然保护区被猎杀,目前尚有 200 余只无迁徙去越冬地,这也说明我国保护生物多样性还存在着诸多问题[13]。

如上述分析,我国驰名商标上国家重点保护野生植物占 2.03%;驰名商标上国家重点保护野生动物占 4.99%。如果生物商标企业树立起保护商标上的生物意识与社会责任,同时,付诸实际的保护行动,这将为推动全社会关注与保护生物多样性、建设生态文明起到积极贡献。

References:

[1] Ma K P. The biodiversity conservation goals in next decade,

Biodiversity Science,2011, 19(1):1-2.

[2] Ma Y F. Talk about the return value of trademark law and trademark features from the alienation of well-known trademarks., China Economic & Trade Herald, 2010, (18):86.

[3] Zhao Q. Preliminary the standard of Well-known trademark determination, The Merchandise and Quality, 2012, (s4): 235-236.

[4] Zhang X H, Yang L. The Identified and legal protection of well-known trademarks., The Journal of Harbin Committee School of The Ccp,2000, (4):57.

[5] Luo Q H, Lu J J. Discuss and assess the value of trademarks, Modern Business, 2009, 18:145-146.

[6] Yuan S. Foreign trade enterprises with well-known trademark of the Series① — Value is the value of well-known trademarks, Advertisinc Panorama,1996, (5):11.

[7] Huang H. Talk about the value of trademarks and status. Business Administration, 2001, (8): 47-48.

[8] Wang Y H. Assessment of the value of the trademark[D],Journal Of Guangdong University of echnology,2007.

[9] Qu Y. Assessment of the value of the trademark[D], Journal of Sichuan University (Natural Science Edition),2006.

[10] Sun J F. The name and image of the biological use in trademarks and Advertisements, China Advertising, 1995,(3);32-34.

[11] Jing M. Analysis on the selection of well-known trademarks from logo design. Journal of Guangxi University of Finance And Economics, 1994, (3): 51-55.

[12] Yu X. The value of well-known marks, Prices Monthly, 1992, (9):48-49.

[13] Yuan H, Zhang Y B, Tan H N. The situ present protection states of Chinese national key protected wild plants, Biodiversity Science,2009,17 (3):280-287.

参考文献:

[1] 马克平. 未来十年的生物多样性保护目标. 生物多样性, 2011, 19(1): 1-2.

[2] 马元锋. 从驰名商标的异化谈商标法的价值及商标功能的回归. 中国经贸导刊, 2010,(18): 86-86.

[3] 赵琪. 驰名商标认定标准初探. 商品与质量, 2012,(S4): 235-236.

[4] 张晓华, 杨龙. 驰名商标的认定及法律保护. 哈尔滨市委党校学报, 2000,(4): 57-57.

[5] 罗庆华, 卢建江. 浅论商标的价值及评估. 现代商业, 2009, 18: 145-146.

[6] 原商. 外贸企业与驰名商标系列谈①——驰名商标的价值是超值的. 广告大观, 1996,(5): 11-11.

[7] 黄晖. 谈商标的价值和地位. 工商行政管理, 2001,(8): 47-48.

[8] 王有红. 商标价值评估研究[D]: 广东工业大学, 2007.

[9] 渠玉. 商标价值评估研究[D]: 四川大学, 2006.

[10] 孙剑峰. 生物的名称和形象在商标与广告中的运用. 中国广告, 1995,(3): 32-34.

[11] 靳明. 从驰名商标的评选谈商标设计. 广西商专学报, 1994, (3): 51-55.

[12] 俞星. 驰名商标的价值. 价格月刊, 1992,(9): 48-49.

[13] 苑虎, 张殷波, 覃海宁, 等. 中国国家重点保护野生植物的就地保护现状. 生物多样性, 2009, 17(3): 280-287.