

## 执法咨询委员会

### 第十三届会议

2018年9月3日至5日，日内瓦

#### 作为树立尊重知识产权风尚手段的树立意识活动和战略宣传活动

撰稿：克罗地亚、哈萨克斯坦、美利坚合众国；西班牙国家商标保护协会、意大利国家商标打假协会和法国制造商联盟；瑞士音乐作者和出版商合作协会

1. 在2017年9月4日至6日举行的执法咨询委员会（ACE）第十二届会议上，委员会同意将以下项目作为项目之一保留在工作计划中，即“就树立意识活动和战略宣传活动交流各国经验信息，这些活动是根据成员国的教育优先事项或其他任何优先事项，在广大公众、特别是青年人中树立尊重知识产权风尚的手段”。本文件介绍成员国和成员国协会就此议题撰写的稿件。
2. 很多稿件显示了对针对青年人的提高意识活动的重视。克罗地亚和瑞士音乐作者和出版商合作协会（SUISA）的稿件介绍了针对青年人的滚动计划，这些计划根据精心设计的议程在一天内完成，可以连续在不同地点针对不同群体重复开展。此外，克罗地亚介绍了为配合世界知识产权日主题而为青年人举办的竞赛。哈萨克斯坦的稿件除其他活动外，介绍了全国反盗版活动，包括在地区和国家层面举办面向青年人的海报和视频博客竞赛，并在竞赛结束时举办了颁奖仪式和隆重的音乐会，众多媒体对此进行了报道。
3. 成员国利用新传播方式的优势，向公众传达尊重知识产权的信息。在泰国，知识产权局（DIP）致力于通过充分利用线上社交媒体，提高公众意识。DIP 监控有关知识产权的线上辩论，并通过其社交媒体帐号及其他线上渠道传播相关信息。但是，例如开展海报竞赛和制作公益广告（PSA）这样的传统方式仍被视作有效。美利坚合众国利用这些手段在国内外开展宣传活动，以强调知识产权对创新的重要性，以及假冒商品对消费者福利的风险。一项公益广告视频竞赛于今年启动，作为拟于2018年底/2019年初举行的大型公共宣传活动的先遣活动。

4. 法国、意大利和西班牙商标协会的稿件介绍了“正品”这一由欧洲联盟知识产权局欧洲知识产权侵权观察站支持的协作项目，其中强调了市政当局的作用，该项目旨在提高对保护当地商业免受假冒影响的必要性的意识，以及提高当地执法机关的效率。

5. 稿件按以下顺序排列：

克罗地亚开展的中小學生提高意识活动 .....	3
知识产权领域公共宣传工作：哈萨克斯坦的经验——全国反盗版运动 .....	9
泰国借助社交媒体提升知识产权意识 .....	14
美利坚合众国知识产权公共意识宣传活动 .....	17
“正品”项目 .....	21
尊重©版权！——在学生中树立版权意识 .....	25

[后接稿件]

## 克罗地亚开展的中小学生学习提高意识活动

撰稿：克罗地亚共和国国家知识产权局副局长 Ana Rački Marinković 女士，克罗地亚萨格勒布\*

### 摘要

克罗地亚共和国国家知识产权局（SIPO）在知识产权执法全国协调机构内部倡导开展针对儿童和青年的提高意识活动。共设想了两个互为补充的活动：产权组织树立尊重知识产权风尚（BRIP）学校竞赛框架下的中小学生学习竞赛，以及名为“儿童知识产权日”的活动，旨在提高儿童和青年的意识。

在世界知识产权日之际，在全国范围内启动了竞赛。同时，“儿童知识产权日”作为补充活动对此进行了宣传，并吸引了媒体报道。该活动于 2017 年 5 月 30 日和 2017 年 11 月 4 日在萨格勒布和瓦拉日丁分别举办。2018 年，SIPO 启动了新一轮竞赛，并于 2018 年 4 月 11 日在里耶卡举办了儿童活动。

### 一、导言

1. 为提高知识产权执法系统的效率，克罗地亚在 2010 年间设立了知识产权执法长效协调机制。除其他职责外，知识产权执法协调机构还举办提高公众意识的活动，宣传保护知识产权的重要性。在其 2017 年行动计划下，设想了两项针对儿童和青年的提高意识活动。

2. 在 2016 年底和 2017 年初，SIPO 在知识产权执法全国协调机构内部倡导设计能够作为全年试点项目实施的儿童和青年提高意识活动。

3. 共设想了两项互为补充的活动：

- 与 2017 年世界知识产权组织（产权组织）树立尊重知识产权风尚（BRIP）学校竞赛合作，举办中小学生学习竞赛。
- 举办名为“儿童知识产权日”的活动。在 SIPO 与欧盟知识产权局（EUIPO）的双边合作协议下，该活动由欧盟知识产权局出资赞助。活动旨在树立儿童和青年的意识，通过游戏和其他适合其年龄的内容，教授保护和尊重知识产权的重要性。

### 二、“创新：改变生活”中小学生学习竞赛

4. 经过 SIPO 和产权组织之间的技术信息交流，SIPO 与其来自知识产权执法全国协调机构的合作伙伴共同确定了竞赛范围（目标群体、要求、时长等）。

5. 最终决定，在世界知识产权日之际宣布竞赛，2017 年 11 月 30 日截止竞赛。竞赛共分三组：小学一年级到四年级组、小学五年级到八年级组和全国中学生组。可通过提交围绕主题“创新：改变生活”的文学作品、视频、乐曲作品、美术作品或动画参赛。可以以个人或团队（不超过三人）形式参赛。评选作品的标准是：是否切题并富有创意。

---

\* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

6. 在世界知识产权日之际，也就是 4 月 26 日宣布竞赛。竞赛消息公布在 SIPO<sup>1</sup> 和知识产权执法全国协调机构<sup>2</sup>的网站上，并通过 Facebook 和 Twitter 账号 Stop Counterfeiting and Piracy（停止假冒和盗版）进行宣传。此外，还和科学与教育部合作，以该部名义，通过其联系人列表向克罗地亚所有中小学校长发送电子邮件，宣布竞赛启动。

7. 在补充活动“儿童知识产权日”以及媒体对此活动报道期间，竞赛得到了进一步宣传。为推广竞赛设计了一张宣传单，上面印着儿童知识产权日的图标、关于竞赛的基本信息以及参赛规则链接。在 2017 年举办的活动中，将宣传单分发给了所有参加活动的中小学生和他们的陪同教师。



<sup>1</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/%e2%80%9cinnovation-for-a-better-life%e2%80%9d---prize-competition-for-primary-and-secondary,489.html>

<sup>2</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/%e2%80%9cinnovation-for-a-better-life%e2%80%9d---prize-competition-for-primary-and-secondary,489.html>

8. 在 2017 年 9 月学年初始，通过电子邮件向克罗地亚全国所有中小学校长发送了提醒，告知竞赛正在进行。

### 三、“儿童知识产权日”提高意识活动

9. “儿童知识产权日”提高意识活动旨在通过适应其年龄层的内容，教育儿童和青年保护和尊重知识产权的重要性，以及通过激励他们想象自己是作者或发明人，来教育他们如何在开发创新和创意作品中使用知识产权。活动格言是“成为创意和创新的巨人”（克罗地亚语缩写为 DIV，与“知识产权日”的缩写相同）。

10. 活动关注从小学低年级到中学的儿童和青年。针对以下三个组别制定了活动内容：6-10 岁儿童（小学低年级（一年级到四年级））、10-14 岁儿童（小学高年级（五年级到八年级））和 14-18 岁的青年（中学生）。

11. 在宽敞适宜的电影院/剧场/博物馆举办了为三个年龄组分别定制的活动。活动通常将来自不同学校的学生集中到一个场所，而非在单个学校教授相关内容。如此一来，可以让更多学校参与活动，更多当地社区参与组织，也吸引了更多媒体报道。

12. 针对各年龄组，都会先在会堂举行一小时的集中活动（参与人数较多，约 150 到 200 人），然后再开展三个针对不同内容的讲习班，学生轮流参加。



13. 6-10 岁年龄组的同学表演了话剧“这是谁发明的？”，用娱乐的方式介绍了克罗地亚发明家 and 他们的著名发明。在专利讲习班上，同学们根据 Faust Vrančić 的发明（在此前的话剧中有所介绍），用保鲜袋和绳子制作降落伞模型，然后在模拟专利申请上画出自己的发明。在版权讲习班上，同学们通过解迷宫在作者和作品之间建立联系，然后老师鼓励他们画出自己的作品，并在上面签名，这样一来，他们便能感觉到自己成为了作者。在商标讲习班上，同学们找出特定商标和产品的联系，然后在模拟商标申请表上画出自己的商标。



14. 小学高年级学生在主持人的引导下观看了一系列短片、草图和动画，参与了沉浸式互动活动“我有个主意！”在假冒商品讲习班上，向同学们展示了克罗地亚海关总署查获的假冒商品（例如玩具、运动服等）。在版权讲习班上，则是通过定制的 Kahoot!测验向学生传授允许使用版权的基本知识。在第三个讲习班上，来自电气工程和计算机系的员工向同学们介绍了机器人的功能，以此来解释机器人工程学中的软件许可。



15. 中学生们观看了关于克罗地亚青年发明家和艺术家的纪录片，然后与青年发明家、设计师或创新者等来宾进行小组讨论，后者分享了他们的创业经验。除了版权讲习班和识别假冒商品讲习班之外，中学生们还用手机参加了定制的 Kahoot!测验，学习如何分辨各种知识产权（商标、外观设计、版权、专利）。





16. 参与活动的同学得到了 T 恤和印有活动标志的徽章，以及正在开展的学校竞赛的信息。陪同教师得到了宣传页和 SIPO 发放的含有知识产权详细信息的其他宣传材料。活动中产生和展示的所有试听材料（短片、动画、纪录片）都可以在 SIPO 的 Youtube 频道观看，供教师在之后的课堂中使用。

17. 克罗地亚共和国科学与教育部对活动进行了评估，并将其推荐给各学校，同时积极参与活动组织。

18. 媒体宣传和推广让更广泛的公众了解了此项活动。

#### 四、 活动成效

19. “创新：改变生活”竞赛原定于 2017 年 11 月 30 日截止，后延迟至 12 月 15 日，在此之前都可以提交作品。共收到 150 件参赛作品。下表显示了参赛作品的类型和年龄组别。

	共计	文学作品	视频作品	乐曲作品	美术作品	动画作品
小学组 (一年级至四年级)	53	0	1	0	50	2
小学组 (五年级至八年级)	65	15	1	0	35	14
中学组	32	19	1	1	7	4
共 计	150	34	3	1	92	20

20. 成立了评审委员会来评估提交上来的竞赛作品，最终评出了各组别前三名。所有获奖作品中的全国大奖获得者是来自 Hvar 小学的 Nura Bićanić、Karlo Domančić 和 Una Vekić，他们的作品是视频“Vučetić 的创新改变生活”<sup>3</sup>。

21. “儿童知识产权日”的首次活动于 2017 年 5 月 30 日在萨格勒布现代艺术博物馆举办<sup>4</sup>，吸引了超过 350 名儿童和年轻人参加。国家广播和电视台以及互联网门户网站上共有 11 篇关于此项活动新闻

<sup>3</sup> 视频配有英文字幕，可在此观看 <https://app.box.com/s/qcpedrwt6efxxv166n2cm18i5pt7luq>。

<sup>4</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/intellectual-property-day-for-children-and-youth-held,499.html>。

报道和通告。“儿童知识产权日”的第二次活动于 2017 年 11 月 14 日在 Gaj 电影院和瓦拉日丁市政厅举办<sup>5</sup>，吸引了来自瓦拉日丁市和瓦拉日丁县的 550 名中小學生参加。媒体报道规模与首次活动相同，地方媒体表现出了更为浓厚的兴趣。

22. “儿童知识产权日”活动延续至 2018 年，于 4 月 11 日在里耶卡的克罗地亚文化中心举办了一场活动<sup>6</sup>。超过 600 名中小學生在老师和教授的陪同下参加了活动。

## 五、 未来计划

23. SIPO 和知识产权执法国家协调机构会继续组织提高儿童和青年意识的活动（竞赛和“儿童知识产权日”活动，其互补性有目共睹），以在未来覆盖克罗地亚更多区域和城镇。活动内容会根据参与教师收到的评价进行改善和调整。

24. 2018 年的儿童竞赛题为“原创的总是更好的”，于 2018 年 4 月 26 日在世界知识产权日之际启动。同时，SIPO 还在其信息中心举办了 2017 年参赛作品展，并组织了一场颁奖仪式，为来自全国的获奖者颁发产权组织学生奖杯和其他奖项。2018 年秋，将在卡尔洛瓦茨举办下一场“儿童知识产权日”活动。



<sup>5</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/intellectual-property-day-for-children-and-youth-held-in-varazdin-on-14,2542.html>

<sup>6</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/intellectual-property-day-for-children-and-youth-held-in-rijeka-on-11,3591.html>



## 知识产权领域公共宣传工作：哈萨克斯坦的经验——全国反盗版运动

撰稿：司法部知识产权局副局长 Gulnara Kaken 先生，哈萨克斯坦阿斯塔纳\*

### 摘 要

本文件介绍了哈萨克斯坦司法部的经验，涉及宣传知识产权相关知识和通过面向年轻人、私营部门、执法机关工作人员及其他感兴趣的机构的公众意识宣传活动和竞赛，促进对知识产权的尊重。

### 一、导 言

1. 哈萨克斯坦司法部负责实施知识产权执法和保护方面的政府政策，并协调被授权机构和感兴趣的组织在知识产权执法和保护方面的合作。有关知识产权的职能于 2001 年转移至司法部。
2. 司法部其中一项职能是为知识产权权利人和使用此类权利的企业家组织和开展知识产权领域公共宣传工作。
3. 开展知识产权领域公共宣传工作面临的一个挑战是覆盖不同的人口阶层，尤其是潜在用户，目的是防止违反知识产权，并灌输对知识产权的尊重和对侵犯这些权利的零容忍态度。
4. 司法部通过地方司法机关来开展这项工作，以覆盖全国。对该工作感兴趣的政府机构参与其中，同时利用了电视、广播以及司法部、政府机构、地方司法机关和集体管理组织的网站。
5. 全国反盗版运动的目的是：
  - 宣传和促进对抗盗版商品的努力；
  - 让公众参与包含知识产权执法在内的宣传工作；和
  - 提高公众对盗版商品在国内市场分销问题的意识和了解。

### 二、全国反盗版运动

6. 司法部使用了各种创新工具，加强努力对抗盗版商品的分销并树立对知识产权的尊重，包括利用社交网络举办竞赛，为全国竞赛的获胜者举办颁奖仪式以及明星表演者音乐会。
7. 在运动中使用了许多不同的战略来提高公众意识，包括组织竞赛、网络会议、圆桌会议、面向国内 16 个地区新企业家的讲习班和新闻发布会，发布会大致介绍了作为运动的一部分，执法和司法机关为保护知识产权开展的措施。

#### A. 全国竞赛

8. 2018 年 1 月，司法部公布了关于知识产权保护这一主题的最佳文章和最佳视频博客，以及“拒绝盗版”广告牌的最佳设计。竞赛面向哈萨克斯坦个体公民。竞赛参赛者年龄须满 14 岁及以上。
9. 竞赛在集体管理组织、国家企业家协会和文化体育部的支持下组织。地方司法机关和集体管理组织在其网站和大众媒体上对运动和竞赛进行宣传。

---

\* 本文件表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

10. 其中一个竞赛是由司法部与各州和阿斯塔纳及阿拉木图市司法厅组织的，分两个阶段开展：
- 第一阶段由各州和阿斯塔纳及阿拉木图市司法厅举办。在文件接收截止之日起两天内，司法厅安排了专家组审查提交的材料，并基于审查结果，将最佳作品发送至司法部；和
  - 第二阶段，即全国层面，由司法部举办，为挑选获胜者提供了基础。
11. 最佳视频博客的竞赛由一个阶段构成，通过社交网络组织。评审专家组由政府机构、地方政府行政机关和公众代表构成。
12. 挑选了竞赛参赛者开展宣传工作。正如以下两例，他们在其作品中表达了有关盗版商品的观点。



作品宣传的口号是“拒绝盗版！”，并传递了“假冒商品不耐用”、“侵犯版权危害国家经济”、“造假技术危险”和“假冒药品引起胃部不适”等信息。



这张海报宣称：“盗版商品——没门儿！！！”。

13. 竞赛规则包含条款，允许竞赛组织方以复制、发行、无线或有线广播和一般性出版物的方式使用提交的材料。这些条款还允许今后为宣传工作之目的使用提交的材料。
14. 作为宣传的一部分，地方司法机关使用了包括广告牌和标志在内的户外广告推广知识产权保护。这些广告放置在城市和国内高速公路上。

## B. 反盗版宣传运动闭幕仪式和推广知识产权保护音乐会

15. 司法部在首都阿斯塔纳组织了闭幕仪式，标志着全国反盗版运动落下帷幕。仪式最后举办了促进知识产权保护的音乐会和新闻发布会。



16. 除竞赛获胜者外，还邀请了文化体育部、内务部、财政部、信息和通讯部、地区机关、高等教育机构和社区组织代表出席仪式。

17. 仪式上大致介绍了运动和竞赛结果，并颁发了奖品和证书。获胜者还收到了集体管理组织和权利人提供的笔记本电脑。



18. 制作了名为《反盗版运动日记》的短片，记录运动中开展的活动。

19. 获胜作品在仪式上进行了展示。视频博客的放映尤其受到关注。

20. 运动在推广知识产权保护的音乐会中落下帷幕。表演者在音乐会大厅舞台上呼吁保护知识产权。还呼吁权利人参与宣传工作。社交网络、报纸、广播和电视以及网站都对活动进行了报道。



### C. 新企业家讲习班

21. 面向知识产权潜在用户的企业家讲习班是宣传活动的重中之重。2018 年，地区企业家协会是这项工作的主要平台。

22. 讲习班上，向企业家展示了使用知识产权的方式和解决合法使用此类权利的问题的方法。并就注册商标及其他知识产权提供了建议。

23. 挑选了权利人、专利律师和集体管理组织参加讲习班。还邀请了执法机关代表出席。他们与参会人讨论了保护知识产权的方法。

### D. 圆桌会议

24. 司法部与权利人和执法机关代表召开了圆桌会议，讨论知识产权保护和执法的做法。

25. 使用视频会议让全国各地的人们都可以参与讨论。实现了让所有地区代表同时聚在一起，讨论对抗盗版商品分销中出现的问题。大众媒体对这些活动进行了报道。



26. 网络会议让用户和权利人面临的紧迫问题得以被发现，并提供建议解决出现的问题。在线平台让参会人能够找到解决问题的方法，不受时间和空间的限制。



### 三、 结 论

27. 司法部是负责协调被授权机构开展有关知识产权保护和执法活动的实体，集中了政府机关开展宣传活动的努力。它让公众和权利人也参与到这项工作中。

28. 全国反盗版运动覆盖了哈萨克斯坦全境。活动涉及内务部、文化体育部、阿塔梅肯国家企业家协会及地区协会、各州和阿斯塔纳及阿拉木图市地方政府、集体管理组织、地方司法机关和大众媒体。

29. 司法部将继续其工作，提高公众对影响知识产权保护的问题的意识。随着集体管理组织、权利人和社区组织的参与解决了供资问题，预计该运动将每年举办。



## 泰国借助社交媒体提升知识产权意识

撰稿：商务部知识产权厅知识产权促进与发展办公室高级贸易官员 Porsche Jarumon 先生和中央行政办公室公共关系官员 Sasiwat Rattanaphan 先生，泰国暖武里府\*

### 摘 要

如今，人们对互联网的访问越来越频繁。信息和内容可以通过计算机网络简单方便地共享。人们认为，要想跟上技术和数字化进程的步伐，提升知识产权（IP）意识不应仅限于传统方法。目前，线上社交媒体在帮助公共和私营部门、企业家、中小企业（SME）、机构、高校、学校和互联网用户，特别是年轻一代，更好地了解知识产权、参与知识产权相关活动方面发挥了重要作用。泰国知识产权厅（DIP）认识到互联网用户的动态特性和全球知识产权特别是在数字环境中的趋势，通过线上社交媒体，包括在 Facebook 上宣传、在 Instagram 上发布信息，战略性地采取了新措施，提升了知识产权意识，增强了公众对知识产权的了解。

### 一、导 言

1. 今天，技术与人们的日常生活很大程度上都密不可分。计算机、智能手机和平板电脑等技术设备的使用越来越普遍，使得世界不同角落的人们可以在所谓的数字环境中自由地相互沟通、联系，不受地理边界所阻。有了这些技术，人们还可以通过在线网络访问互联网上各种形式的数字内容和信息，只需点击网站上的链接或使用应用程序即可。

2. 先进的技术和数字工具显著地重塑了人们的生活，对企业的营销策略产生了巨大影响。在泰国，线上活动已经日益普遍，成为了泰国人日常生活的一部分。在线访问电影、音乐、游戏、电视剧、书籍和其他出版物等创意内容正变得比实体访问更受欢迎。泰国可以说是一个社交媒体使用率颇高的国家。社交媒体的活跃用户不仅有个人，也有政府组织、银行、学术机构和工业企业。例如，泰国 Facebook 的用户数量在全球排名第八位。特别是，仅曼谷就有大约 2,400 万个 Facebook 用户。在泰国约 6,900 万的人口中，Instagram 用户数量约为 1,100 万，Twitter 用户数量约为 900 万。

3. 泰国知识产权厅（DIP）已经认识到了线上沟通（包括社交媒体）作为提升公众对知识产权的意识和增强公众对该主题了解的工具的重要性。2014 年，泰国知识产权厅启动了一项计划，经由多个线上渠道树立尊重知识产权的风尚，传播知识产权信息和知识。依照此计划，泰国知识产权厅特别利用了 Facebook、Instagram、Twitter、YouTube 和泰国知识产权厅网站等各种社交媒体，向线上用户传播知识产权相关信息、新闻、活动和宣传内容。泰国知识产权厅还开发了新的线上设施，使企业、中小企业（SME）、投资者、创作者、研究人员和广大公众能够获得有助于知识产权商业化的信息。

### 二、泰国借助社交媒体提升知识产权意识

#### A. FACEBOOK 粉丝页面

4. 泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面是其重要的线上沟通渠道之一。泰国知识产权厅于 2015 年推出其 Facebook 粉丝页面。目前，泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面已有 20 多万个“赞”和粉丝。

---

\* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

2017 年，泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面被列为泰国最受欢迎的一百个 Facebook 粉丝页面之一，并获得了泰国 Zocial 奖中的一个奖项。

5. 知识产权信息、新闻、活动和宣传内容等项目经常由泰国知识产权厅、泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面的用户和粉丝发布、共享。可以说，泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面是一个分享和交流知识产权信息，向公众传播知识产权相关活动、事件和研讨会的活跃、高效的论坛。

6. 泰国知识产权厅经常利用其 Facebook 粉丝页面和网站上的信息图和视频剪辑，传播知识产权信息。这些内容引人入胜，有助于简化公众通常难以理解的复杂的知识产权问题。

7. 举例如下：

- 泰国知识产权厅创建了“被视为网络盗版的五项活动”信息图，并在泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面上进行了发布；和
- 在泰国知识产权厅 Facebook 粉丝页面上发布了企业软件联盟（BSA）创建的“使用盗版软件引起的恶意软件高风险和使用受版权保护软件的优势信息图”。

#### **B. TWITTER (@DIP\_THAILAND)**

8. 泰国知识产权厅的 Twitter 帐户是另一社交媒体，2015 年以来一直用于向公众传播知识产权信息。泰国知识产权厅的 Twitter 帐户目前有 12,000 多名粉丝。泰国知识产权厅通常创建与重要的知识产权问题、事件和活动相关的信息，通过推文向公众传播，另也定期与泰国的一些媒体机构进行磋商，进一步传播这些信息。

#### **C. INSTAGRAM**

9. 2016 年以来，泰国知识产权厅已开始使用 Instagram 传播知识产权新闻和信息，进行活动宣传，目前约有 1,500 名粉丝。泰国知识产权厅在 Instagram 上发布的信息图和视频剪辑通常与其在 Facebook 粉丝页面上所使用的相同。

#### **D. 泰国知识产权厅网站 (WWW. IPTHAILAND. GO. TH)**

10. 泰国知识产权厅网站是一个有效的沟通工具，人们在此可以轻而易举地获取到有关各类知识产权、统计数据、新闻和事件、最新法律和相关法规的信息。

11. 泰国知识产权厅还依据国家数字经济政策“泰国 4.0”在其网站提供对泰国知识产权厅电子服务的访问，使个人和企业能够在任何时间和任何有互联网连接的地方获得服务。

12. 泰国知识产权厅电子服务包括用于注册商标、专利、工业品外观设计和版权的电子申请系统，让申请人无需提交泰国知识产权厅文件纸件。通过泰国知识产权厅网站提供的其他线上服务有：

- 知识产权市场（IP MART），一个提供自由购买、销售知识产权产品服务的市场；
- 泰国知识产权厅远程学习（DIP distance learning），对任何希望增强对知识产权的了解的人开放；
- 泰国知识产权厅实时聊天（DIP real-time chat），使人们可以即时联系能够快速解答有关知识产权相关事宜的问题的支持人员；和
- 泰国知识产权厅电子图书馆（DIP e-library），经由电子书和电子杂志提供丰富的知识产权知识。

### 三、 沟通策略

13. 泰国知识产权厅采用了许多策略，使其社交媒体获得成功，其中包括以下内容：

#### A. 选择要在社交媒体上讨论的主题

14. 泰国社会激烈辩论的一些主题与知识产权有关。但是，人们常常对知识产权的类型及其保护感到困惑不解。他们有时会错误地讨论知识产权相关问题，特别是在互联网上，而错误的观点可能被快速发布和传播。

15. 泰国知识产权厅监控任何与知识产权相关的经激烈辩论的主题，并在其强大的社交媒体（如 Facebook 和 Twitter）上提出这些主题进行讨论，亦使用这些媒体作为向公众提供知识产权正确信息的论坛。通过这些方式，鼓励人们访问泰国知识产权厅的社交媒体，获取准确的知识产权信息。

#### B. 简化知识产权问题

16. 知识产权问题相对复杂，特别是在某些领域。泰国知识产权厅使用信息图和视频剪辑以简单易懂的形式呈现这些问题。此外，泰国知识产权厅也仔细选择启用此类工具的时机，确保获得社交媒体最大点击量。

#### C. 社会宣传联盟

17. 泰国知识产权厅不仅创建线上知识产权内容，还与社交媒体上的其他知名线上影响者和参与者建立关系，目的是使其能够更广泛地向公众分享知识产权新闻、信息和内容。这些关键影响者包括：

- Sudlokomteen (Facebook 页面)，有 287 万名粉丝；
- Drama-addict (Facebook 页面)，有 197 万名粉丝；
- Nut.ped (Facebook 页面)，有 110 万名粉丝；
- Dramalawyer (Facebook 页面)，有 22 万名粉丝；
- Gluta Story (Facebook 页面)，有 717,000 名粉丝；
- @yoware (Twitter)，有 216,000 名粉丝；
- @khaosonOnline (Twitter)，有 163,000 名粉丝；
- @mybraceteeth (Twitter)，有 35,000 名粉丝；和
- @9tana (Twitter)，有 2 万名粉丝。

### 四、 结 论

18. 在使用社交媒体之前，泰国知识产权厅也非常重视提升知识产权意识的线下活动，例如举办研讨会、通过技术许可办公室提供信息，以及利用电视新闻和报纸等传统媒体向公众提供信息。

19. 线上社交媒体在泰国获得了巨大影响力后，泰国知识产权厅意识到了它们的重要性，并立即将其用作一种积极的策略，与青少年、学生和线上用户等新目标群体建立联系。Facebook 粉丝页面的粉丝数量和其他公共互动等方面的结果已经证明，泰国知识产权厅的线上策略强大有力、卓有成效。因此，泰国知识产权厅更审慎地管理这些社交网络工具，继续提供良好的信息和内容，直接有效地向目标群体传达其信息，这一点尤为重要。

## 美利坚合众国知识产权公共意识宣传活动

撰稿：美国专利商标局（美国专商局）政策与国际事务办公室执法高级顾问 Peter N. Fowler 先生，美利坚合众国弗吉尼亚州亚历山大市\*

### 摘 要

本文件概括了美利坚合众国（美国）近期、当前和计划的知识产权意识树立活动和战略宣传，尤其是美国政府机构组织的或与政府机构合作开展的。美国专利商标局（美国专商局）受到了近期提交给产权组织执法咨询委员会（ACE）的材料的一些启发，目前正在计划开展有关假冒商品的意识宣传活动。美国专商局将面向青年人、高中生、大学生及广大公众围绕该主题发起视频竞赛。美国专商局预期在 2018 年夏天启动竞赛，预计将在 ACE 第十三届会议期间持续进行。获胜作品将被美国专商局用于下一年范围更广的意识宣传活动。

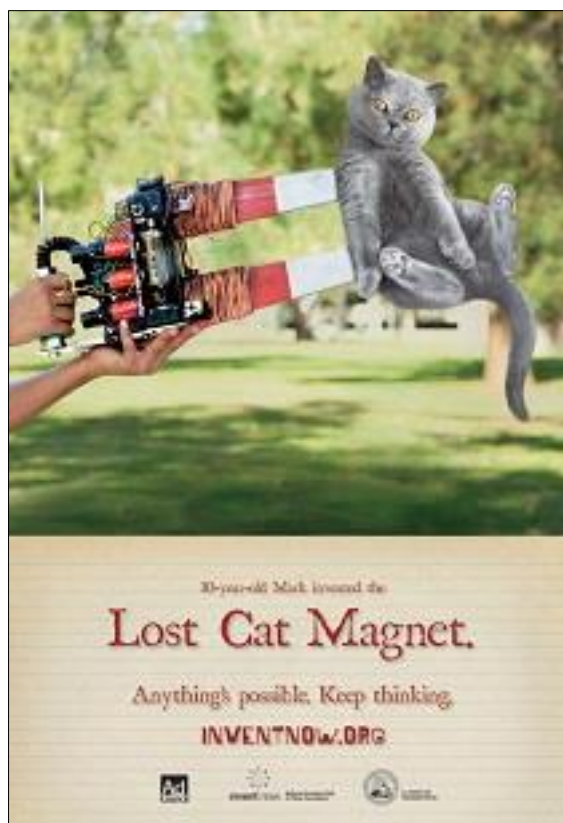
### 一、 近期活动

#### A. 美国专商局的活动

1. 经 ACE 会前介绍的创意宣传活动启发，美国专商局将分析和评估近期在美国开展的知识产权意识树立活动和战略宣传列为优先事项，尤其是美国政府机构组织的活动，以确定哪种宣传最有效及原因，并决定为今后开展宣传活动，更好地利用机构资源的方式。
2. 美国专商局上一次开展大型国内知识产权公共意识宣传活动是在 2007 年至 2009 年。在该宣传活动中，美国专商局就公共意识公益广告和名为“启发发明”的印刷品宣传活动，与国家发明家名人堂基金会及广告理事会合作，让新一代的儿童参与发明和创造。宣传活动采用了竞赛模式，面向全国小学、初中和高中的学生群体。除授予包括视频及音频制作软件和硬件在内的奖品外，还将获胜作品提供给全国媒体。该宣传活动寻求让发明和开发新想法成为美国儿童生活的一部分，同时向孩子们介绍专利、商标和其他形式的知识产权如何保护发明。宣传活动的重点对象是年龄在 8 至 11 岁的儿童，目的是鼓励他们追求发明和创新，让发明和创新成为其教育和未来事业的一部分。截至 2009 年 3 月 15 日宣传活动结束时，超过 8.5 万儿童在宣传活动网站上进行了注册。
3. 获胜作品名为“寻猫磁铁”，通过印刷和视觉媒体，以印刷品、广播和视频广告的形式在全美传播。

---

\* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

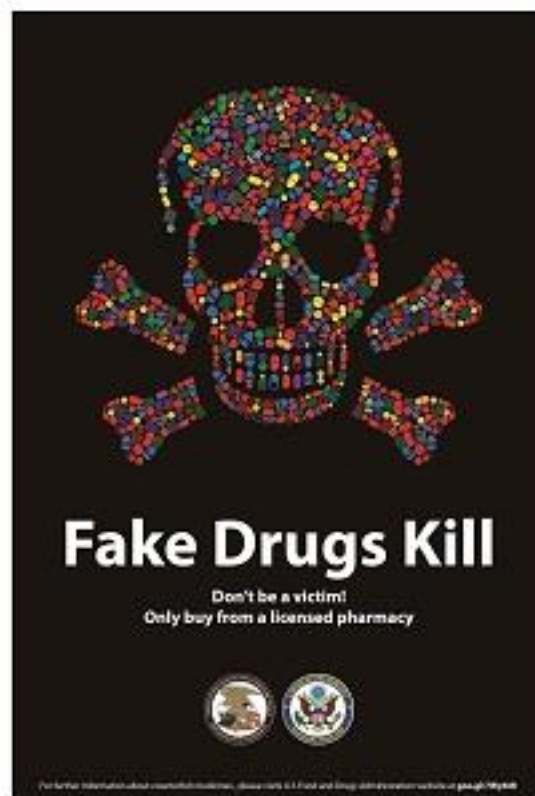
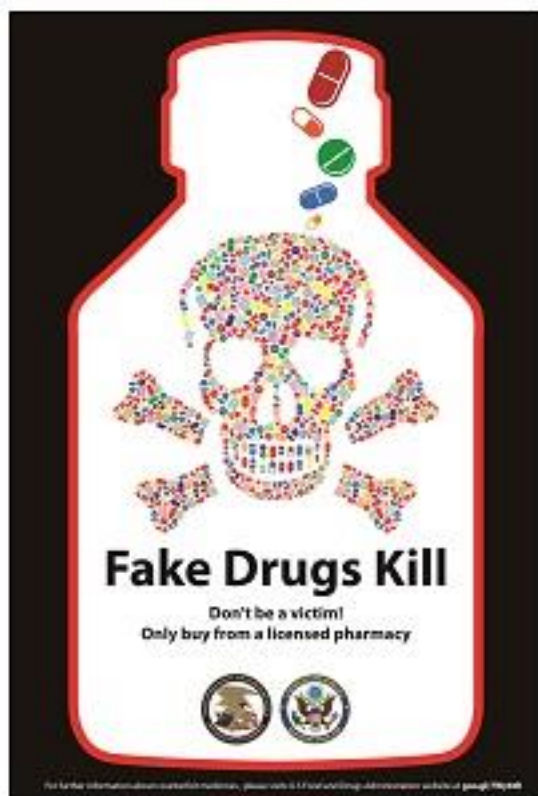


“寻猫磁铁”静态图片广告

4. 近期，美国专商局的重心是通过其地区知识产权专员计划在国际市场开展更为本地化的宣传活动。其中一个例子是名为“假药致命”的宣传活动，由美国专商局东南亚地区知识产权专员于 2013 年末至 2014 年初在泰国发起，2015 年末再次发起。活动在泰国曼谷游客密集的地点和场所以及主要的国际机场开展，为期两个月。该宣传活动是在一个与泰国社区药剂师协会（Thailand Community Pharmacists Association）、泰国私立医院协会（Bangkok Private Hospital Association）和药品安全合作联盟（Partnership for Safe Medicines）共同组织的公共研讨会上启动的。这一有针对性的宣传活动在海报和广告中使用了“假药致命”的口号，旨在让泰国的外国游客树立更强的意识，即其健康会因从未经许可的药店和街头摊贩购买假冒和仿冒药品受到威胁。活动通过游客密集场所和地点的标牌和数字屏幕进行宣传，包括素万那普国际机场的入境、海关和行李提取处，以及曼谷、春武里府芭堤雅市和清迈的购物区。

5. 目标地点被设计为让外国游客和当地居民最大程度地接触信息。宣传海报在所有地点共展出了 412,703 次，估计被浏览了 4,050 万次，其中不包括通过 YouTube、美国大使馆网站、Facebook 和 Twitter 帐户的社交媒体实现的信息传播。



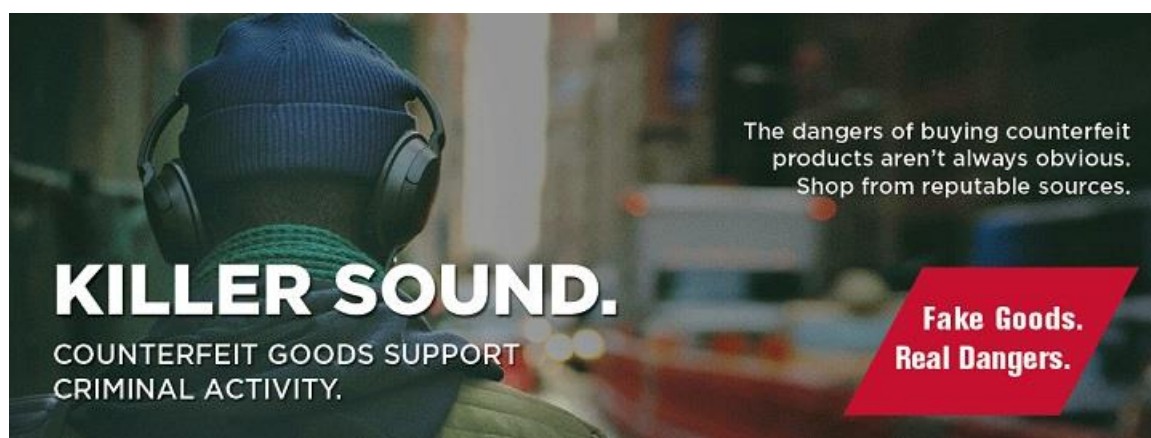


“假药致命”广告海报

6. 美国专商局还通过其地区知识产权专员计划开展了其他国际宣传活动，并与其他政府机构和组织，例如联合国毒品和犯罪问题办公室，就其他公共意识宣传活动进行磋商。

#### B. 其他美国政府机构的宣传活动

7. 其他美国政府机构近期也开展了宣传活动，包括美国海关与边境保护局 2017 年的假日购物季宣传活动。海关与边境保护局的意识活动为教育性质，针对国际游客，在巴尔的摩、芝加哥、达拉斯/沃斯堡、洛杉矶、纽约和华盛顿 6 个美国国际机场开展，其口号是“假冒商品，真正危险”。该宣传活动旨在让人们注意到购买假冒商品日益增大的影响，包括损失美国就业岗位和支持犯罪活动。该宣传活动主要包含印刷品和数字广告，以及相关网页：<http://www.cbp.gov/FakeGoodsRealDangers>。



“假冒商品，真正危险”广告海报样本

8. 其他州政府和地方政府的知名宣传活动包括纽约市市长办公室的宣传活动，以及市政府和州政府与美国司法部司法协助局、美国移民海关执法局、国家知识产权协调中心和美国国际开发署的公共私营伙伴关系。这些项目的私营部门伙伴包括：国家预防犯罪理事会、国际反假冒联盟和美国电影协会。与行业协会和利益攸关方群体合作的一个明显优势是，潜在地扩大了通过宣传，尤其是通过社交媒体实现的覆盖面，因为这些组织的关注者通常比美国政府机构的多很多。

## 二、 当前/计划的宣传活动

9. 在回顾了美国政府之前的工作后，美国专商局决定有必要继续开展反知识产权盗窃和假冒工作，尤其是针对国内市场和国内在线消费者。这将通过基于公众提交材料的宣传活动实施，利用划拨给此类计划的有限内部财政资源，对范围更广的受众提供更好的公共教育。

10. 相应的，美国专商局将于 2018 年 7 月下旬启动竞赛，征集并奖励以假冒为主题的短公益广告，同时还邀请了其他美国政府机构、地方和国家机构以及私营部门，扩大本次竞赛和随之产生的公共宣传活动。竞赛将面向青年人、高中生、大学生和公众。美国专商局计划挑选一个或多个提交的视频，纳入于 2018 年末/2019 年初举行的更大型的反假冒公益宣传活动。更多关于美国专商局正在开展的工作信息，将在 ACE 第十三届会议上介绍。

## “正品”项目

撰稿：西班牙国家商标保护协会（ANDEMA）总干事 José Antonio Moreno Campos 先生，西班牙马德里；国家商标打假协会（INDICAM）总干事 Claudio Bergonzi 先生，意大利米兰；法国制造商联盟（UNIFAB）总干事 Delphine Sarphati 女士，法国巴黎\*

### 摘要

“正品”是法国、意大利和西班牙商标协会开展的一项提高意识项目，旨在通过制作认证标识，积极支持商标和当地商业免受假冒的城市使用，以提高人们对保护正宗产品和当地商业，防止分销和销售假冒商品必要性的意识。感兴趣的城市经签署谅解备忘录（MOU），可以成为“正品城市”，这些城市将与三家协会合作，以开展意识宣传活动，培训当地警察，并与其他“正品城市”合作，分享没收假冒产品的最佳做法。该项目最初由欧洲知识产权侵权观察站资助，还致力于在法国、西班牙和意大利创建一个尊重知识产权城市的网络，目前联网城市包括罗马、巴黎、切尔维亚、马拉加和阿利坎特。

### 一、 导 言

1. “正品”项目于 2014 年 2 月在巴黎诞生，即在欧洲知识产权论坛期间，致力于商标免受侵权——特别是打击分销和销售假冒产品——的三家国家协会代表召开的一次会议上，这三家协会是：法国制造商联盟（UNIFAB）、意大利国家商标打假协会（INDICAM）和西班牙国家商标保护协会（ANDEMA）。

2. 理念非常简单：很多市政当局坚信通过打击销售假冒商品造成的不公平竞争来保护商标、企业和当地商业。权利人及其协会应当通过制作证明该城市是正品的，是一个“正品城市”的印章，来以某种方式对这一政策予以承认。

### 二、 推 论

3. 市场，当然包括街头市场，对城市 and 居民都至关重要。如果追溯大多数欧洲城市的起源，可以得出结论，这些城市建立的起因是庆祝在十字路口举办的集市和市场，而最终形成了稳定的小城市。

4. 今天，居民是做出消费相关抉择的关键所在。他们决定日常需求或休闲活动所要购物的地点、时间和内容。他们可以选择是否在合法的实体店或电子商务平台上购物，是否购买品牌产品，最后也是很重要的一点，是否购买正宗产品或假冒产品。

5. 最接近居民的公共机关是市政当局。市机关通常有能力规管在其管辖范围内开展的商业活动：实体营业场所、每周街头市场、生态食品市场，等等。地方当局执行的法规可以规定营业时间、允许出售商品的地点以及产品符合包括知识产权法在内的法律要求的合规性。对这些要求的侵权行为通常发生在地方当局管辖权限之内。

6. 上述所有考虑得出了相同结论：市政当局的职能对于促使商标充分发挥作用以及保护商标免受侵权，特别是对于打击分销和销售假冒商品至关重要。

---

\* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

### 三、项 目

7. 根据 ANDEMA、INDICAM 和 UNIFAB 长期以来的经验，我们可以说，有些市政当局并未将打假列入优先事项清单，另一方面，其他一些市政当局认为打假对于保护本地商业防止任何形式的侵权来说绝对是至关重要的。后者认为，通过这样一项政策，他们不仅保护了商标和合法商业，还保护了公共健康和​​安全，保护共同公共空间和城市形象免受非法供应商侵害。

8. 后者这些市政当局采取商标和商业保护政策，因为他们认为这是应奉行的正确政策。但是，三家协会认为，他们应该以适当的方式承认这些努力，以表明正品行业的感激之情。

9. 2014 年底，欧洲联盟知识产权局（EUIPO）欧洲知识产权侵权观察站启动了一项关于提高知识产权和打假意识活动的资助计划，将与市政当局相关的活动作为优先事项。ANDEMA、INDICAM 和 UNIFAB 联合申请了其中一项款项。在提出申请的 120 个项目中，只有 11 个项目被选中，“正品”项目是其中之一。

### 四、“正品”项目的目标

10. 通过实施“正品”项目，三家协会力求实现下述三个主要目标：

- 制作标识作为特殊标志，对那些以支持正品贸易、打击假冒商品分销和销售闻名的市政当局给予认可。这一标识可用于这些机构的网页、官方信函和文件。标识如下：



- 愿意成为“正品城市”的城市与 ANDEMA、INDICAM 和 UNIFAB 签署谅解备忘录，以实施意识宣传活动、培训当地警察、改进没收假冒产品的程序等。
- 创建法国、意大利和西班牙三国的“正品城市”网络，以便举行会议分享良好做法，并在打假工作中开展合作。

### 五、首批活动

11. “正品”项目于 2015 年 9 月在法国戛纳作了正式介绍。从那时起，该项目已在很多城市和机构公开。

12. 在西班牙，“正品”项目首先介绍给西班牙省市联盟以及加泰罗尼亚自治区协会。随后，在向人口最多的几个城市的市长发送信函后，在很多市政当局举行了会议，其中包括塞维利亚、奥维耶多、希洪、拉科鲁尼亚、阿尔巴塞特、卡塞雷斯、马拉加、阿利坎特、瓦伦西亚、圣克鲁斯德特内里费、桑坦德、毕尔巴鄂、帕尔马、帕伦西亚、巴达霍斯、塞哥维亚、洛格罗尼奥和昆卡。在法国，向下述市政当局介绍了该项目：巴黎、戛纳、勒卡内、芒德留拉纳普勒、穆然、滨海泰乌尔、昂蒂布、芒通、尼斯、圣洛朗迪瓦尔、圣特罗佩、瓦洛里、卢贝新城、胡安莱潘和马赛。最后，在意大利，向罗马市、罗马省督府和经济发展部（UIBM）介绍了该项目。

13. 西班牙阿利坎特称为首个“正品城市”。随后，其他城市表示了参与项目的兴趣，例如马拉加、巴黎、罗马和切尔维亚。

## 六、材 料

14. 除了谅解备忘录和“正品”标识之外，三家协会为推广项目开发了两项要素：项目网页和以法文、意大利文和西班牙文三种语言开展的“正品恒久，携手打假”活动。

15. 网页 (<http://authenti-city.eu>) 对项目本身、参与城市和项目中的可开展的活动作了说明。



16. “正品恒久，携手打假”活动于 2016 年 10 月正式启动。在西班牙，活动海报于 2016 年圣诞节前夕在瓦伦西亚、马拉加、塞维利亚、巴塞罗那和马德里的高速火车站贴出。在意大利，活动深入罗马街头，展出了 1,500 块广告牌。在法国，活动于 2016 年 11 月 9 日至 13 日在巴黎地铁中进行宣传。





17. 在网络上，活动在“正品”项目网页、项目成员网页和以 Facebook 为主的社交网络上进行宣传，在法国、意大利和西班牙的受众超过 4,200 万人。

## 七、项目的未来

18. “正品”项目已经欣享巨大的成功。尽管项目最初由欧洲观察站资助，并于 2015 年至 2016 年间实施，它的效果仍在持续。

19. 欧盟知识产权局最近对项目提供支持，以便向国家知识产权局推广。德国、马耳他和波兰等国的知识产权局已表示有兴趣在本国开展该项目。

20. 国际商标协会（INTA）在巴塞罗那召开了 2017 世界大会。在大会期间，举行了一次将“正品城市”作为打假关键因素的圆桌会议。在圆桌会议上，美利坚合众国政府知识产权专员表示有兴趣将该项目带回美国。国际商标协会也表示有兴趣将该项目推广到美国境外。

21. 总之，项目看起来前景广阔，它提供机会建立一个不断扩展的“正品城市”网络，以便在艰难崎岖的打假斗争中开展合作。

## 尊重©版权！——在学生中树立版权意识

撰稿：瑞士音乐作者和出版商合作协会（SUISA）会员部主任 Claudia Kempf 女士，瑞士苏黎世\*

### 摘 要

尊重©版权！是五个瑞士集体管理组织共同设计的教育项目，旨在使年轻人了解版权和创意工作的价值。尊重©版权！在正常的上课时间进行，以互动的方式为 12 至 16 岁的学生介绍版权知识。学生们与一名艺人一起创作歌曲，并一同讨论这首歌。他们以这种有趣的方式了解到艺人面对的创作环境以及瑞士的艺术和文化发展状况。尊重©版权！的目标不是空摆架势吓唬年轻人，而是让他们了解艺人从事的创意工作。尊重©版权！活动将连续第 12 年举办，是个真正成功的范例。到目前为止，共举办了超过 239 次学校参观，参加学生有约 39,440 人。

### 一、导 言

1. 尊重©版权！于 2006 年由瑞士文学和视觉艺术版权协会（ProLitteris）、音乐作者和出版商合作协会（SUISA）、瑞士视听作品作者权利合作社（SUISSIMAGE）、瑞士作者协会（SSA）和邻接权集体管理协会 SWISSPERFORM 这五家瑞士的集体管理组织共同推出，旨在让年轻人认识到尊重版权的重要性和创意工作的价值。



### 二、背 景

2. 在此项目推出的这个时代，文件共享网站遍布互联网，年轻人主要从这些来源获取音乐，获取电影的也越来越多。在瑞士，即便来源非法，下载受版权保护的内容也是合法的。但是瑞士禁止上传。由于许多年轻人（常常无意中）在文件共享网站上提供音乐和电影，迫切需要在此方面采取行动。

3. 年轻人是非常宝贵的目标群体。国际公司为吸引这个群体可以划拨巨额预算。但管理公司做不到这一点，因此无法开展大型活动和巡回展示。必须找到其他花费较低的办法来接触这个目标群体。与学校合作非常合适，因为版权主题尤其是媒体教育与学校课程密切相关。

### 三、三阶段行动计划

#### A. 教师手册

4. 在瑞士，教育和文化工作主要由各州负责，在全国范围内协调工作。因此，26 个州的教育主任组成了一个政策制定机构——瑞士州级教育主任大会。最初，有关方面与该大会合作出版了一本面向教师的 16 页手册，提供有关教育领域版权方面的基础知识和在发展和实际应用上的信息。这本手册只通过州级教育主任大会发行，大会是唯一可直接接触所有学校的机构。手册连续两次印刷出版，有超过 7 万名教师订购。现在它不再以纸制付印，教师可在线查阅有关信息：[www.educa.ch](http://www.educa.ch)。



\* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

## B. 教学辅助

5. 随后的教育支持是与专门从事有关教育媒体的出版商合作，印制面向学生的小报。报纸的特色是有著名艺人讲述创作过程、艺人的日常生活和版权问题的方方面面。由于有了这项教育支持和相关的工作表，教师可以在学校独立进行版权教育，甚至是深度教育。这些内容不再以印刷品的形式提供，但可在线查阅：[www.respectcopyright.ch](http://www.respectcopyright.ch)。



## C. 互动课堂

6. 到了第三阶段，尊重©版权！项目由一名专业人士和一位知名艺人进一步推进，采用有趣的方法进行一小时的版权教学。尊重©版权！以互动的方式为 12 至 16 岁的学生介绍版权知识。学校可以免费预订这项活动，活动通常在主题周期间作为课程的一部分进行。



7. 学生们与艺人共同创作一首歌，并直接与其讨论这首歌。他们以这种有趣的方式了解到艺人面对的创作环境以及瑞士的艺术和文化发展状况。活动期间会回答以下问题：我可以从互联网下载和传送文字、图片和音乐吗？我可以在社交媒体上合法发布哪些内容？艺人们如何谋生？在制作 CD、视频、文字或图片时必须考虑哪些因素？由此，年轻人意识到他们自己是创意作品的作者，例如，当他们在学校写作文时，作为创作者，他们拥有与明星相同的权利。



8. 尊重©版权！为教师和学生提供专业、精彩和富有创意的课程，利用有趣的道具——音乐、游戏和幽默来传播版权知识。活动要表达的基本信息就是：尊重艺术创作和知识产权，尊重从事创意工作

的艺人。著名艺人的参与使展示活动更具吸引力，现场保持着积极的氛围，使学生们更易于接受和认同。学生们所上的这一课作为一次积极的回忆铭刻于心，历久弥新。

9. 学校对每次活动的回应都十分积极，对**尊重©版权！**项目的兴趣持续不减。到目前为止，共举办了超过 239 次学校参观，仅去年一年就达 49 次。为了使各参与方更好地实现预算平衡，项目并不孤立地为单个班级组织活动，而是一次同时容纳多个班级。经验表明，效果最好的学生人数是在 70 到 200 之间。过去 11 年间，约有 39,440 名年轻人通过项目接触到版权问题。

#### 四、 尊重©版权！项目现状

##### A. 日益注重创意作品的价值

10. 由于目前互联网上合法提供的内容众多，情况与 10 年前有所不同。在年轻人中树立版权意识的重要性并没有减退，因为在互联网上越来越容易获得版权作品，次要使用也变得越来越容易。在此背景下，这五个瑞士集体管理组织继续推进**尊重©版权！**项目，而且现在的课程更加重视创意作品的价值。

11. **尊重©版权！**项目的目标从一开始就不是空摆架势吓唬年轻人，而是鼓励他们创造，使他们理解艺人从事的创意工作。**尊重©版权！**活动中的讨论现在关注的是日渐普遍的滥用免费网络资源的文化和文化价值的核心问题，即：对我个人有什么价值？活动通过指出文化产业内的相互关系，显现出每个人应尽的责任。艺人们在学校中传递出这一基本信息：“未来你将成为你最喜爱艺人的作品制作者；要确保艺人能继续出版新书、发行新音乐或新电影，你也有一部分责任！”



##### B. 与艺人们合作

12. 由于**尊重©版权！**项目有积极的方法，因此相对容易说服著名艺人参与。年轻人当然愿意与艺人直接接触，对艺人而言也是如此，他们通过与年轻粉丝直接交流，也获得了有意义的体验。因此，这种合作形式对所有参与方都具有积极意义。

## 五、展望未来

13. 尊重©版权！不断适应时势作出调整，并推出新的特色活动。今年将举行一场名为“谁能写出最佳说唱歌曲？”的全国比赛。获奖班级将能与一位知名艺人同台演出，并获得演出的录制品。此外，将有多个协会合作启动一个新的在线互动版权平台。

更多信息可访问 [www.respectcopyright.ch](http://www.respectcopyright.ch)。



[文件完]