

执法咨询委员会

第八届会议

2012年12月19日和20日，日内瓦

关于消费者对匈牙利假冒问题的意识与态度的调查

由匈牙利知识产权局国家反假冒委员会秘书处秘书Zita Tóth女士编拟*

引言

1. 匈牙利国家反假冒委员会(NBAC)是处理打击知识产权侵权问题的合作性机构，参与反假冒行动计划的制定和落实。国家反假冒委员会成立于2008年，成员包括负责知识产权及其保护的相关政府机构和参与知识产权保护的市场主体及专业性代表组织。国家反假冒委员会秘书处由匈牙利知识产权局管理。国家反假冒委员会的目标是减少假冒产品的供应和需求。为了解匈牙利消费者关于假冒产品的态度、观点和行为，国家反假冒委员会开展了若干次消费者调查。本文件总结了下述重要调查的结果：

- I. “匈牙利的假冒问题”消费者调查；以及
- II. 针对学生有关假冒意识和态度的在线调查。

* 本文件仅代表作者观点，不一定代表WIPO秘书处或成员国的观点。

一、“匈牙利的假冒问题”消费者调查

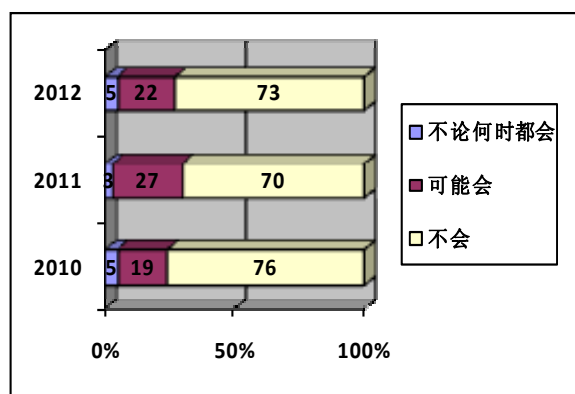
2. 2009 年，国家反假冒委员会率先在全国启动了与假冒相关的代表性消费者调查，该项调查遂成为一项传统，于 2010 年、2011 年和 2012 年继续开展。¹

3. 2009 年的首次调查仅关注消费者的态度，提出的问题是“你会购买假冒产品吗？”而 2010、2011 和 2012 年调查包含的问题涉及到消费者具体的购买经验，以反映相对于原则而言的具体行为。为更好地了解与假冒相关的公众意见，2011 年的调查涵盖了与品牌产品重要性和原创性相关的问题，以及关于经济危机影响的问题。2012 年调查中新增加了关于互联网用户对受版权保护内容态度的问题。

4. 根据这些调查，比较往年可用的数据，可以得出以下结论。

(a) 四分之一的匈牙利消费者愿意购买假冒产品

表 1: 你会有意识地购买假冒产品(包括非法、复制、来源不可靠、非法下载的产品)吗?



根据最新的数据，与上年相比，2012 年消费者对假冒产品的接受度和兴趣整体有所下降(表 1)。根据研究的定义，不拒绝购买假冒产品，可能或不论何时一有机会就购买假冒产品的受访者被视为“愿意购买假冒产品者”。2010 年有 24%的受访者(19%+5%)属于这一群体；2011 年这一比例提高至 30%(27%+3%)，这或许和不利的经济形势有关。2012 年这一趋势有所逆转：27%的受访者不排斥购买假冒产品。2012 年，22%的受访者可能会购买假冒产品，这一比例比上年下降了 5%。与此同时，不假思索接受假冒产品的受访者比例增至 5%，与 2010 年持平。

(b) 假冒服装最受欢迎

5. 与上年相比，2012 年“可能”购买假冒产品的受访者比例在研究涉及的所有产品类别中都有所下降(表 2)。在调查覆盖的产品类别中，假冒服装每年都最受欢迎。今年有一半的受访者表示，在某种程度上愿意添置非法使用商标的服装，这一比例比上年有所下降；剩下的一半坚决拒绝购买。与往年类似的是，就服装而言，消费者并不总将非原创性产品视为假冒产品。尽管人们可能拒绝购买假冒产品，但对服装依然区别对待。

6. 大部分匈牙利人不会购买来源不明的香水、CD/DVD 或电脑程序，2012 年考虑购买此类产品的受访者比例甚至有所下降(比如，服装类下降 8%，香水类同样下降 8%，CD/DVD 下降 4%)。与此同时有趣的是，与上年相比，愿意不论何时都不假思索地购买此类假冒产品的受访者比例反而上升了 1-2%。

7. 对健康产生直接影响的产品，即食品和药品的情况单独归为一类。约 90%的受访者坚决拒绝购买非原产因而被视为具有风险的食品和药品。今年与上年相比，消费者在这方面的立场更加坚定，愿意购买来源不明的食品和药品的受访者比例下降了 2%。

¹ TÁRKI 研究所调查的具有代表性的样本为 1000 人。

表 2: 你是否会购买以下类别的假冒产品?

产品类别	不论何时都会			可能会			不 会		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
服装	14	16	18	26	39	31	60	43	50
香水	8	8	9	17	26	18	75	65	72
CD/DVD	9	6	8	15	22	18	76	70	72
软件	7	6	7	13	19	14	79	71	76
食品	2	2	2	6	10	8	92	87	89
药品	1	1	1	4	6	4	95	92	94

(c) 年轻人最愿意购买假冒产品

8. 民意调查还研究了哪些社会人口因素(年龄、居住地、教育)会影响购买假冒产品的意愿。

9. 多年的事实表明,对假冒产品的需求随着年龄的增长逐渐下降。2012年,所有年龄组的受访者购买非法产品的意愿都略有下降;但是年轻人依然是最愿意购买的群体。2010年,30岁以下的受访者中有38%表示有兴趣购买,2011年这一比例提高至42%,2012年下降至34%。2010年,30-45岁的受访者中有33%表示有兴趣购买,2011年这一比例提高至36%,2012年下降至32%。2010年,60岁以上的受访者中有11%表示有兴趣购买,2011年这一比例提高至18%,2012年下降至9%。

10. 消费者越年轻越有可能购买盗版 CD 和 DVD。43%的年轻人(30岁以下)、31%的中青年人(30-45岁)、19%的中老年人(45-60岁)和6%的老年人(60岁以上)愿意购买盗版 CD 和 DVD。对非法复制及下载电脑程序的需求也受到年龄的极大影响,这一点毫不奇怪。消费者越年轻越有可能购买此类产品。36%的年轻人、26%的中青年人、15%的中老年人和3%的老年人愿意购买非法复制或下载的电脑产品。

11. 另一项重要的社会人口指标是居住地,即除了年龄之外,购买假冒或盗版产品的意愿还取决于受访者居住的地区和城镇类型。大体而言,匈牙利中部(包括布达佩斯的居民)和州政府所在地的居民更愿意购买假冒产品;其他地区 and 城镇的居民对于购买假冒产品的态度经常变化。布达佩斯居民对来源不明的食品和药品的需求远高于平均水平(对食品的平均需求为10%,布达佩斯居民为18%;对药品的平均需求为5%,布达佩斯居民为9%)。

12. 教育对假冒产品需求的影响十分有趣。大学毕业生对假冒服装和香水的需求低于平均水平,但购买盗版 CD、DVD 和电脑程序的意愿却高于平均水平。

(d) 五分之一的消费者会从非法渠道下载

13. 关于创意性内容的使用,除了以物质形态实现的“传统”盗版之外,还必须在调查中审视关于在线知识产权侵权的问题。

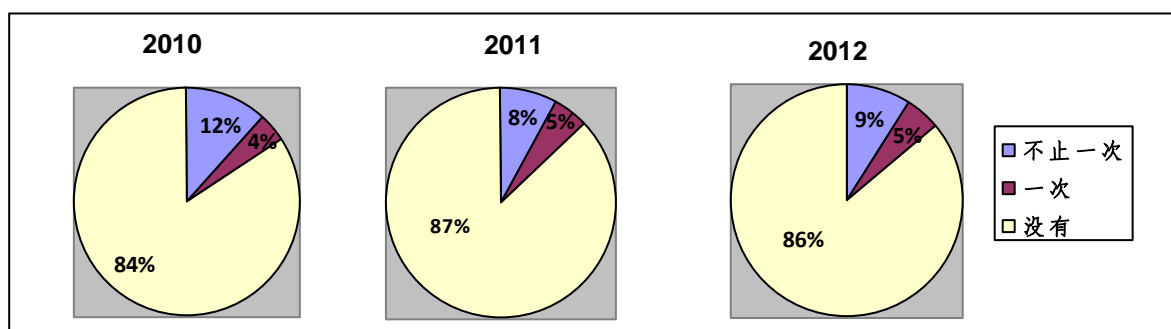
14. 不排斥从非法互联网渠道下载电影、音乐和软件的受访者比例由去年的四分之一(26%)下降至今年的五分之一(19%)。在该领域同样主要是年轻人比较活跃:30岁以下受访者中有35%愿意从非法渠道

获取内容。有趣的是，该指标在过去两年都有所下降(2010 年为 46%，2011 年下降至 40%)。按地区分，往年调查显示，匈牙利中部居民从非法渠道进行下载的比例高于其他地区的居民。性别差异同样明显：男性比女性更愿意从非法渠道下载内容。

(e) 去年有 14%的匈牙利消费者购买了假冒产品

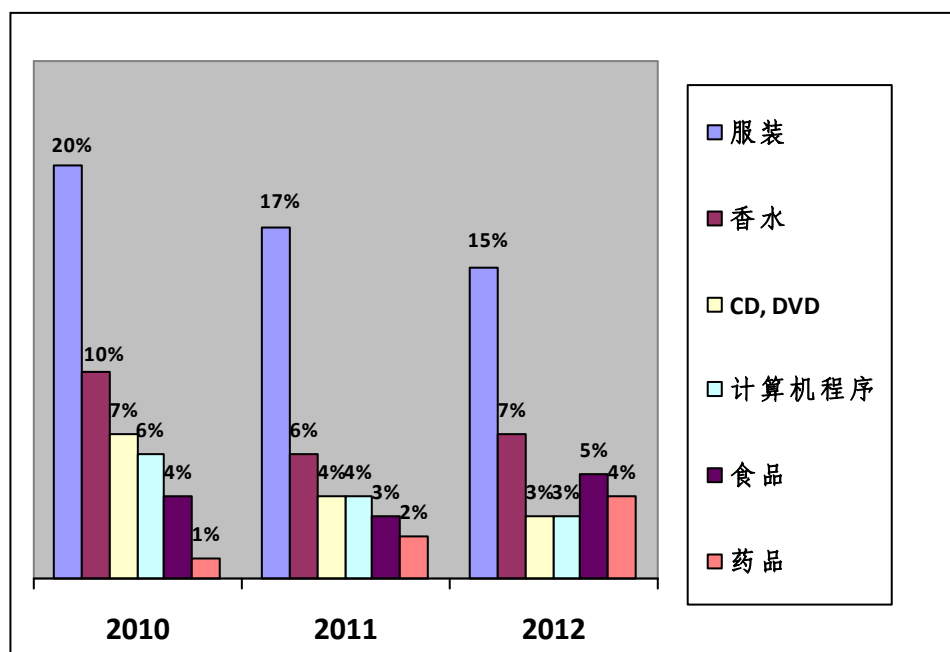
15. 除消费者态度之外，研究还询问了具体的购买行为。调查结果显示(表 3)，上年有 14%的受访者至少买过一次假冒产品。9%的受访者购买了不止一次，5%的受访者只买过一次。这一比例比 2011 年高出 1%，2011 年有 13%的匈牙利人承认年内至少买过一次假冒产品。

表 3: 过去一年你是否购买了假冒(包括非法、复制、来源不明和非法下载的)产品?



16. 总体来看，可以说 2012 年受访者假冒产品的购买量与上年持平。假冒服装购买量仍居于首位，但情况在不断改善：2010 年 20%的受访者购买了假冒服装，2011 年该比例下降至 17%，2012 年 15%的受访者承认购买了假冒服装。遗憾的是，在药品和食品领域，对假冒产品的消费需求有所上升(表 4)。

表 4: 按产品类别分，购买假冒产品消费者的比例



17. 在上年多次购买假冒产品的消费者中，布达佩斯居民和年轻人的比例高于其他群体。

18. 受访者回答显示，市场、街头和商店是假冒产品的主要购买地。假冒香水、CD、DVD 和电脑程序等产品的网购比例很大。非法复制、下载的电脑程序以及 CD、DVD 通常是从朋友或熟人那里获取。

(f) 从非法渠道下载是获取受版权保护内容的常见方法

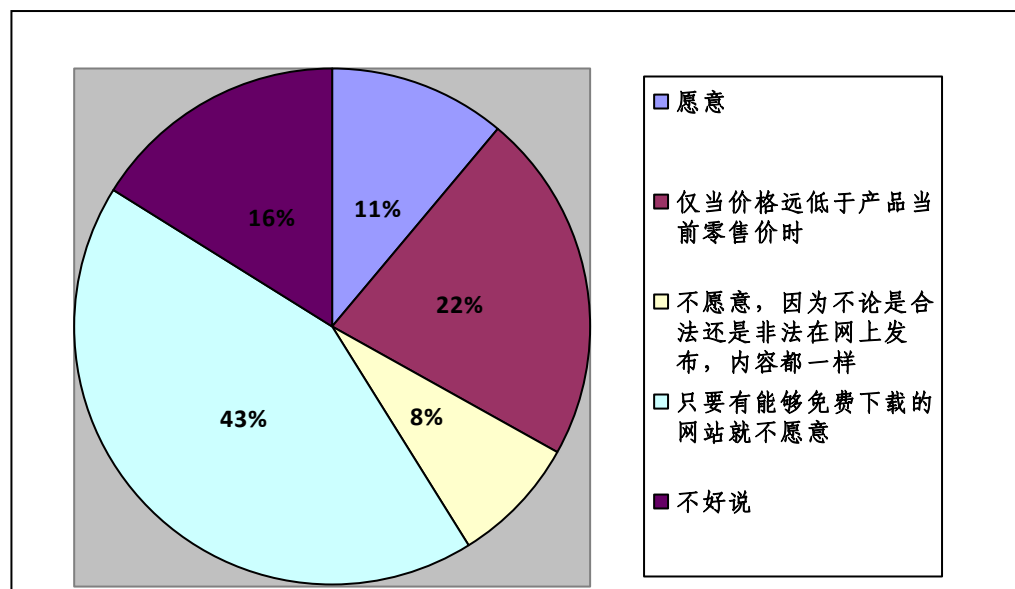
19. 近年来，电脑和网络已成为日常生活的一部分。三分之二的受访者每天使用互联网，四分之一的受访者每周多次上网。上网的频率和特点与年龄和学历密切相关。年轻人使用网络的比例非常高(87%)。从地理分布上看，布达佩斯居民(69%)和州政府所在地居民(66%)最为活跃。

20. 对匈牙利人而言，最受欢迎的盗版内容是音乐，电影、软件和电子书紧随其后。调查显示，通常非法下载者不止一次以这种方式获取想要的内容。17%的互联网用户表示曾一次或多次在明知来源非法的情况下在网上听音乐。其中 13%的用户不止一次，4%的用户只有一次。12%的互联网用户从非法渠道下载音乐内容，其中 8%经常下载盗版音乐。11%的互联网用户从非法渠道下载电影，其中 7%经常下载盗版电影。受访者回答显示，分别有 5%和 4%的互联网用户从非法渠道下载软件和电子书。

21. 五分之四的受访者表示通常在家从非法渠道下载内容。此外，朋友家也是典型的下载场所，有五分之二的受访者选择该选项。工作单位也不容忽视，7%的受访者提到曾经在单位下载非法内容。

22. 下载者是否愿意为可获得的内容付费是一个有趣的问题：关于这个问题，只有 11%的受访者表示愿意付费(表 5)。四分之一的受访者只有在价格远低于产品当前零售价的前提下才愿意“买单”。43%的受访者表示，只要存在能够免费获得想要内容的网站就不打算花钱。

表 5: 你是否愿意花钱从网上合法渠道下载资源?



(g) 购买假冒产品的主要动机：价格低廉

23. 匈牙利消费者在购买产品时对品牌并不感兴趣；对一半的受访者而言品牌根本不重要(表 6)。只有五分之一的受访者追求品牌产品，这些人通常是年轻人、高中毕业生或首都居民。相对贫困地区的

居民、小学及以下文化水平者和老年人对品牌产品表示出的兴趣低于平均水平。2011 年，在支持品牌产品的消费者中，有几乎一半认为应该购买原创服装，这一比例在 2012 年降低至 40%。有将近三分之一的人仍然认为原创服装并不重要。匈牙利中部居民、年轻人和大学毕业生最重视原创性。

表 6

	同 意	部分同意， 部分不同意	不同意	不好说
穿着品牌服装和鞋履对我很重要	22%	24%	53%	1%
穿戴的品牌产品应该是原创的	40%	27%	31%	2%

24. 数据清楚地表明，匈牙利消费者购买假冒产品是因为其价格低廉，而不是出于质量考虑。60%的匈牙利人认为原创产品的质量明显优于假冒产品(表 7)。

25. 绝大多数受访者(69%)认为从长远看，选购原创产品更为有利。该比例与上年相比下降了 4%。与去年类似的是，今年仍有 9%的受访者认为假冒产品可以与原创产品媲美。

26. 关于购买非法产品的动机，受访者支持购买主要是出于经济考虑，且由于经济危机，很可能有更多人不得不购买此类产品。只有 5%的受访者不同意这一观点。

表 7

	同 意	部分同意， 部分不同意	不同意	不好说
假冒产品的质量和原创产品一样好	13%	23%	60%	4%
从长远看，选购原创产品更为有利	69%	20%	9%	2%
由于经济危机的影响，会有更多人购买假冒或来源不明的廉价产品	73%	18%	5%	4%

(h) 大部分人知道假冒产品的危害

27. 超过三分之二的匈牙利人不愿声张自己购买了假冒产品，只有 10%的人会夸耀捡到了便宜货，这一事实反映出社会整体对假冒产品的负面态度。今年调查中倾向于夸耀或不愿声张的受访者比例分别与去年基本持平。老年人中夸耀以超低价买到假冒产品的比例(13%)高于平均水平(10%)，而州政府所在地居民中以买到便宜货为豪者的比例(7%)低于平均水平。

28. 大部分人需要获得更多关于假冒风险的信息。与去年相比，认为大众媒体对假冒风险提及太少的受访者比例有所下降(52%)。19%的受访者认为公众获得了足够多关于假冒风险的信息。城市居民和大学毕业生认为其获得的信息最不充分。

29. 调查还表明受访者难以区分非法与合法内容。五分之一的受访者表示可以区分互联网上发布的产品是合法还是非法的。不能确切识别合法产品的受访者比例在过去两年保持不变。如果只考虑对该

问题作出明确答复的受访者，可以发现能够清楚区分原创和假冒内容、不能清楚区分以及偶尔能够区分的受访者比例十分接近。有三分之一的受访者无法确切回答这一问题。

30. 大部分受访消费者都意识到假冒对社会和经济的破坏性影响：63%的受访者知道假冒使公共预算蒙受严重损失，只有 8%的受访者不同意这一说法。主要是州政府所在地或城市居民以及高中毕业生认同假冒对公共预算的影响。将近一半的匈牙利消费者认为假冒对就业构成威胁，不到五分之一的人认为假冒对就业市场没有影响，27%的受访者表示不确定。30 岁以下年轻人中意识到假冒对就业构成威胁的比例(62%)显著高于平均水平(53%)，而 60 岁以上老年人中认为两者相关的比例较低(48%)。与去年相比，认为假冒产品威胁消费者健康的受访者比例保持不变。去年和今年分别有 67%和 68%的受访者持这一观点。8%的受访者拒绝承认假冒产品的健康风险。

表 8

	同意	部分同意， 部分不同意	不同意	不好说
你是否认为购买假冒产品无需遮掩，反而可以夸耀捡到了便宜货？	10%	14%	70%	6%
大众媒体几乎不提假冒的风险	52%	25%	19%	4%
可以识别出电影、音乐或软件内容是通过合法手段发布在互联网上的。	21%	22%	22%	35%
假冒产品还会损害公共预算	63%	23%	9%	5%
假冒产品还对就业构成威胁	49%	27%	17%	7%
假冒产品还为消费者健康带来风险	68%	21%	8%	3%

(i) 大部分人同意应对假冒进行惩罚

31. 超过一半(58%)的匈牙利消费者认为假冒产品的生产与流通属于刑事犯罪。过去三年的调查中，认同这一说法的受访者比例有所波动，但仍有 14%的受访者不认为销售假冒产品是违法行为(表 9)。

32. 大部分消费者表示应对假冒产品制售商采取更加严厉的惩罚：这一比例与去年保持一致。州政府所在地或城市居民以及大学毕业生赞成加大惩罚力度的比例高于平均水平，小学及以下文化水平者和大城市居民赞成的比例低于平均水平。

33. 将近三分之二的受访者认为购买假冒产品增加了非法生产商的收入，相当于支持有组织的犯罪。对该问题的回答主要受学历影响，大学毕业生认同这一说法的比例(75%)高于平均水平(66%)，而小学及以下文化水平者认同这一说法的比例较低(58%)。

34. 关于消费者是否应该为购买假冒产品承担责任的想法明显分化。2010 年，有 36%的受访者同意在匈牙利立法惩罚消费者购买假冒产品的行为，去年这一比例只有 22%，今年又上升至 27%。

35. 与去年类似的是，今年同样有 42%的消费者认为严厉的处罚可以防止人们购买假冒产品。2010 年，超过一半的受访者(53%)持这一观点。与去年类似，今年有四分之一的匈牙利人对此表示怀疑。29%的消费者对此没有明确的观点。

表 9

	同 意	部分同意， 部分不同意	不同意	不好说
销售假冒产品就是犯罪	58%	24%	14%	4%
应加大对假冒产品销售商的惩罚力度	55%	26%	16%	3%
有组织的犯罪从制售假冒产品中获利	62%	21%	10%	7%
购买假冒产品也应受到惩罚	27%	27%	43%	3%
严格立法可以防止人们购买假冒产品	42%	29%	25%	4%

36. 从过去四年的一系列调查中可以得出一项重要结论：尽管由政府和非政府部门合作开展的打假行动在改善公众态度和意识方面取得了显著成效，但对假冒产品的需求很大程度上取决于影响生活水平和前景的经济形势。

二、学生对造假行为的认识和态度网上调查

37. 2011 年 3 至 4 月，在匈牙利人力资源部教育秘书处的支持下，国家反假冒委员会开展了一次针对匈牙利中学的全国调查。该调查旨在了解中学生对知识产权，特别是对在线使用版权内容和造假行为的了解和态度。² 共有 241 所匈牙利中学的 17,435 名学生填写了在线调查问卷。参与调查的学生被按不同情况分类，包括居住地类型(布达佩斯、城市、乡村、都市)、地域(中匈、西匈、东匈)、年龄(14-16 岁、17-19 岁及 18 岁以上)和性别(女孩和男孩)。因此，调查结果应最有可能真实地反应出匈牙利所有中学生对调查主题的熟悉程度、态度、和看法。

38. 学生们的回答反映出尽管长时间上网，但他们与每天都会接触到的版权问题缺乏最基本的了解。通过对调查结果的评估，可得出下列重要结论：

(a) 长时间上网

39. 网络是中学生日常生活的有机组成部分，大约只有 3-4%的学生不上网。在上学日，有超过一半的受访学生(55%)每天上网 1-3 个小时，而有 24%的受访学生超过 3 小时。在周末，48%的学生每天上网时间超过 3 小时。

² 在国家反假冒委员会网站上可获得匈牙利语的调查结果：

http://www.hamisitasellen.hu/hu/system/files/HENT_felmeres_kozepiskolasok_2011.pdf

40. 网络是学生娱乐和社交的主要平台，同时也帮助学生获取感兴趣的资源，即下载。音乐(85%)和电影(71%)是下载最多的内容。对于男学生来说，游戏和软件也是重要的下载“目标”。

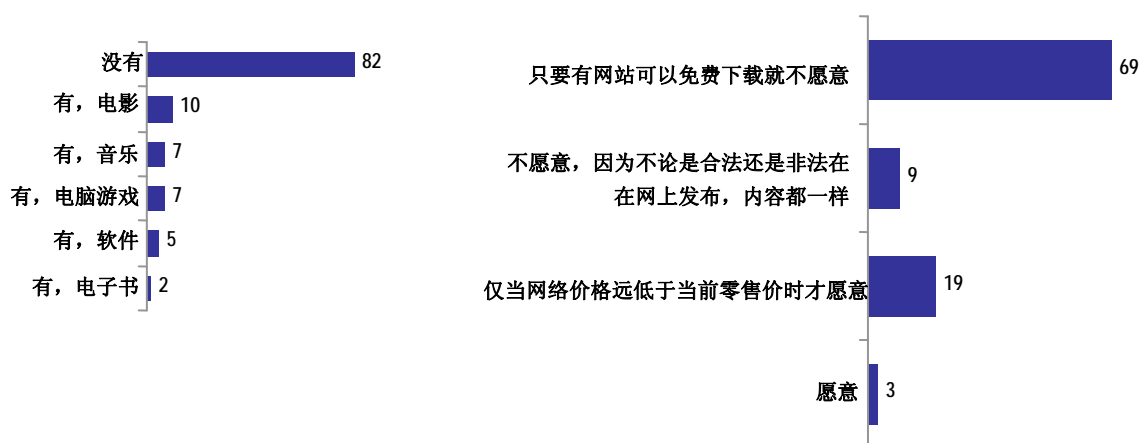
(b) 下载、文件共享、流媒体使用

41. 如今对电影/音乐的消费已不再停留于“下载-听-看”这样的模式，特别对于女孩或少年群体(14-16岁)更为如此。他们通过流媒体进行的“消费”已超越传统方式。有80%的在线观影者会到专门提供电影流播放服务的网站观影。像YouTube这样提供音乐流播放服务的网站已占主导。

42. 52%的受访学生表示会经常性地从互联网上下载资源。在所有的下载方式中，通过种子文件下载仍是最为重要的下载方式(从网上下载资源的受访者中83%通过种子文件下载电影，55%下载音乐)，很多人(电影：29%；音乐：45%)也使用网络论坛提供的链接下载资源。从学生的反馈看，大家之所以喜爱下载是因为它是一种极为简单的资源获取方式，能立即满足下载者需求。另外，这种方式免费，而且可以获得在合法交易渠道尚不能获得的资源。

43. 当被问到网络文件分享的后果时，学生首先提到的是可能为自己的电子产品所带来的潜在破坏(病毒、信息丢失、信息被盗)；第二是创意资源的生产者/传播者的损失；第三是刑事犯罪。在回答具体问题时，四分之三的学生认为网络文件分享是违法行为；然而，这阻止了约五分之一的学生进行网络文件分享。总的来说，18%的受访学生表示购买过网络数码资源(见表10)；十分之七的受访学生表示只要有免费版本，他们是不会付费购买正品的(见表11)。尽管有63%的学生认为对音乐家创作的流行金曲应有金钱补偿(版税)，仍有学生不愿付费购买正品。半数受访学生表示了愿意使用合法资源的“态度”，女生中这个态度更普遍。58%的受访者表示很容易找到合法资源。

表 10: 你是否为下载资源支付过费用? 表 11: 你是否愿意花钱从网上合法渠道下载资源?



(c) 缺乏版权知识

44. 几乎所有受访学生或多或少都使用网络来完成作业：93%的受访学生回答说他们有学校作业需要使用网络。在版权学习这一问题上，六分之一(17%)的受访学生反映老师在课上提到过版权；大部分的受访学生表示是在IT课上听说过版权。49%的受访学生表示听说过版权，但不是在学校；然而有33%的学生表示对版权毫无所知。问卷中有一系列问题旨在了解学生对使用他人作品的合法性判断，学生

们对这些问题的回答展示出他们对版权问题缺乏了解：同学们普遍不清楚从网上下载电影、音乐，或上传资源是否合法。有 36% 的学生认为上传电影到网上是合法的。四分之一的学生还认为把小说整本扫描上传到网上是合法的。30% 的学生认为他们可以在自己的论文中任意复制粘贴网络内容而无需说明出处。

(d) 造假行为随处可见

45. 受访学生认为假冒产品在生活中很常见：80% 的受访学生接触过假冒的衣服或鞋，以及其它类别的假冒产品，同学们接触假冒产品的几率十分惊人（香水 71%；玩具 65%；电子产品 56%；药品 22%）。同学们认为造假产品销售的主要渠道是市场和网络。这些产品的潜在危险大家也十分清楚，比如销售这些产品构成犯罪以及对权利持有人造成损害。有约一半的受访学生（53%）并不在意服装品牌：男生比女生要在意得多。有 41% 的学生清楚地认识到了品牌的增值效应。对于穿着标有名牌的服装，大部分受访学生（57%）认为衣服是否是正品很重要。

[文件完]