

从血燕到伪意大利品牌的监管之耻

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的从血燕到伪意大利品牌的监管之耻还是值得关注。 消费者的不成熟、公款消费的奢靡化，不足以替市场监管部门的不作为卸责。 3·15果真是“国外”消费者日。这不，一群意大利人，不远万里，来到中国，代表意大利政府公布了30个中国的“伪意大利”品牌。 这是一个新现象。以往，老外抱怨的是，来自中国的“混充伪劣”漂洋过海、侵陵了他国正宗品牌的市场。可这次人家投诉的，是中国的非法商人在中国市场卖自创的“意大利货”，不小心倒替中国消费者维了一回权。 看看这些品牌——一款自称“来自意大利”的嘉加梦床垫，号称零售价6000欧元，而意大利真正的高档名牌床垫却不超600欧元。当然这个“著名意大利品牌”，经考察纯属诬捏，是一个彻头彻尾的上海品牌。瞧，连达芬奇式“意大利一日游”都省了，随便贴上个“意大利原产”就能在国内卖出离谱的天价！这很容易让我们想起未几前关于马来西亚“血燕”的神话泡沫及其破灭。这个所谓的奢侈“补品”，最终还是经由马来西亚政府之口，被证明“根本不存在所谓‘血燕’”。而且，更让人郁闷的是，这些堂而皇之通过海关检疫环节进入中国市场的“血燕”，亚硝酸盐普遍超标数百倍，而我们官方“进出境检验检疫卫生证书”中，却公然注明“可供加工食用”！ 自骗，他骗，抑或合骗，中国人的钱真的这么好骗？确实，国人的消费心态尚不成熟，助长了对奢侈品滥竽充数的追捧。花高价买“假洋牌”，表面看确属周瑜打黄盖。更况且，对“假意大利品牌”的消费中，不少是公款消费。而中国式公款消费，在采购上往往“只买贵的、不买对的”，在接待上则往往“价位决定诚意”。所以，全国“两会”上茅台高管才有底气逼问记者“三公消费不喝茅台喝什么”；所以，“假洋牌”的市场价值只有得到公认，就会得到公款的青睐。 但跨越这一层面，更应反思：难道由于消费者的不成熟、公款消费的奢靡化，便足以替市场监管部门的不作为卸责？ 我们感慨，一亿双“中国制造”鞋子换不回一架空客；却疏忽，一双“假洋牌”鞋子就可能玷辱“中国制造”的名声、损伤中国市场监管者的民众形象，损失远甚于许多架空客。对这些假洋鬼子举着“假洋旗”坑蒙自己同胞的公然骗局视而不见，对国表里非法商人心照不宣联手编造“血燕”神话的骗局视而不见，我们的监管者真的过于“粗心”与“宽容”。监管的默许和纵容，“培育”出某些产业链的畸形繁荣，但其本质是对市场秩序的戕害，是对国内消费者基本权益的漠视，是对诚信运作工厂的歧视，更是对自身最基本监管职责的背离。 据报道，接到第一批侵权名单后，国度形象管理部门很快驳回两个所谓“意大利品牌”的注册申请。这说明“假洋牌”在技术层面上并非不行控。现实上，我们惯于以“多头管理”、“跟尾不善”作为监管失责的借口。着实，多头管理当然效率低下，却也是一种制衡，只有“多头”中的任何“一头”把自己负责的那一关，“混充伪劣们”被半路拿下的几率反而会更高。所以，从“血燕”到“伪意大利品牌”，最关键的问题是：为何我们供养了这么多监管部门，却往往能让

赝品一路绿灯，公然裸奔！ .

友情链接: [商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者