

2025 年全國兩會建議之 加強對香港品牌在內地市場權益保護的建議

近年，國家積極構建雙循環相互促進的新發展格局，並加快建設高水平、高品質開放的全國統一大市場。在此背景下，越來越多的港資企業配合國策積極轉型，加緊實施「出口轉內銷」的經營策略，以把握內地龐大消費市場的機遇。

經過多年的積累和努力，香港品牌在國際市場上特別是內地建立了良好的口碑，成為香港重要的「軟實力」之一，更是香港企業在進軍內地市場時可資「借力」的一項寶貴公共財產。香港品牌發展局曾在內地多個省市進行問卷調查，發現內地消費者普遍認同香港品牌擁有眾多優點，包括質量好、誠信佳、安全可靠和設計優良等，而且多數受訪者表示願意以一定的溢價購買香港品牌的產品。因此，不少港商在進軍內地市場時，往往會在宣傳及產品包裝上強調香港品牌的身份，藉此塑造自身品牌的賣點和競爭優勢，以更有效地開展市場滲透。

然而，正是因為香港品牌在內地民眾心目中具備一定認受性和喜愛度，近年來涉及香港品牌在內地的知識產權糾紛和侵權行為屢見不鮮。去年更出現一宗以虛假宣傳和銷售仿冒香港知名品牌的「月餅事件」，涉事者被內地市場監管機構立案調查並處以高額罰款；引起內地和香港社會各界對「香港品牌」定義及保護的廣泛關注和熱議。

據本人觀察，內地市場上模仿或假冒香港品牌的情況，在食品和藥油等的產品領域最為普遍，並主要表現為三種常見手法：第一是在香港成立「影子公司」，虛構香港品牌的身份，縱然在香港沒有實質業務，仍虛假宣傳其為香港品牌；第二是在內地惡意搶註商標，搶先將香港品牌或產品商標在內地辦理註冊；第三是「傍名牌」，即使用與知名香港品牌相似的商標和包裝設計，以達到混淆消費者的目的。以上幾種不當行為，不但妨礙了香港企業的利益和香港品牌的集體形象與聲譽，亦助長不正當競爭的歪風，破壞內地市場的秩序。

為加強香港品牌在內地的權益保護，本人提出四點具體建議：

第一，內地相關部門應加強對香港品牌權益的主動保護。例如，各級市場監督部門對企業在公開市務宣傳及銷售活動中使用「香港」相關字眼的個案，應加大抽查力度並要求企業提供切實的證明文件，以防止假冒產品魚目混珠；同時應對涉及侵犯香港品牌合法權益的違法行為予以嚴厲打擊，維護公平競爭的市場秩序。

第二，要進一步加強消費者層面的教育工作，深化內地民眾對香港品牌的認識與瞭解；這是有效減少和防患內地市場上假冒香港品牌違法行為的關鍵一環。本人建議，內地有關部門應支持香港具代表性的商協會在內地舉辦更多推廣和宣傳香港品牌的活動，提升內地消費者購買「正版正貨」香港品牌的意識與辨別能力。

第三，內地和香港可就一些具體領域加強 G2G 層面的合作。一方面，內地主管部門在辦理與香港品牌相關的商標註冊、保護、合規以及糾紛處理等事宜時，將香港品牌或商標在香港本土使用的情況和知名度納為參考因素之一。例如，在香港與內地同屬「一國」的大原則下，內地審查機構可考慮將商標過去三年來在香港的使用視同於內地使用或作為重要的佐證資料，以此糾正在內地註冊的香港商標被人以「三年未曾在內地使用」為由而申請註銷的案例。

另一方面，香港作為工商業發展歷史悠久的地區，匯集了各行各業的老字號。本人建議，內地主管當局可為「中華老字號」的評選設立「香港專場」，讓一些歷史悠久、在所屬行業內具有重大影響力的香港品牌可循特別申請渠道，獲推薦參與「中華老字號(香港)」的資格認定。

此外，內地和香港的政府部門還可進一步深化在地理標誌、地域品牌的推廣和保護上的協調與合作。例如，兩地的知識產權主管單位和執法部門可加強溝通與協作，共同確保兩地地理標誌品牌在對方市場的合法和恰當使用，藉以提升優質商品在市場上的辨識度和認受性，為內地與香港的商家開闢對方市場提供更加有力的支撐。

(字數：1,496)

2025 年 1 月 22 日