

贵州省农业电商的知识产权保护与运用研究

彭 虎

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月6日; 录用日期: 2024年3月27日; 发布日期: 2024年5月17日

摘 要

“三农”问题作为乡村振兴战略的工作重点和难点, 实现农业现代化对农村、农民的发展具有重要的促进作用。在借助现代电商平台、直播带货等模式推广农产品, 扩大农业市场规模的过程中, 要加大对知识产权的保护力度。农业领域要突破农产品的区域局限, 一方面需要加强政府的指导作用, 另一方面要充分发挥商标权、专利权、著作权、地理标志等知识产权的市场作用。在制度规范的保护和促进之下, 借助电商模式的时代风潮, 快速打造一系列特色优势农产品。

关键词

电子商务, 农业现代化, 知识产权保护, 知识产权运用

Research on the Intellectual Property Protection and Application of Agricultural E-Commerce in Guizhou Province

Hu Peng

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 6th, 2024; accepted: Mar. 27th, 2024; published: May 17th, 2024

Abstract

For “three rural issues” as the focus and difficulty of Rural Revitalization Strategy, the realization of agricultural modernization plays an important role in promoting the development of rural areas and farmers. In the process of promoting agricultural products and expanding the size of the agricultural market with the help of modern e-commerce platforms, live broadcasting and other modes, the protection of intellectual property rights should be strengthened. In order to break through the regional limitations of agricultural products in the agricultural sector, it is necessary to streng-

then the guiding role of the government on the one hand, and give full play to the market role of intellectual property rights such as trademarks, patents, copyrights and geographical indications on the other. Under the protection and promotion of institutional norms, with the help of the trend of the era of e-commerce mode, a series of featured and advantageous agricultural products should be quickly created.

Keywords

E-Commerce, Agricultural Modernization, Intellectual Property Protection, Intellectual Property Application

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 时代背景

贵州一直以来位于祖国西南的云贵高原，多山而少平原，交通的困难不仅阻碍了文化交流和经济发展的脚步，也将贵州天然的农产品困在了大山之中。虽然，贵州十几年来不断开展高速、铁路等基础设施建设，并取得巨大的进步，彻底打碎阻隔经济发展的拦路石。但是，对贵州本土农产品进行电商运营尚处于初级阶段，许多优秀的本土农产品并未得到足够的开发，多为民间自发地开展电商销售。农产品电商从业人员受制于经验、意识等多方面因素，不仅不能在现代电商模式的市场竞争中发挥产品优势，对运用制度、法律进行商业保护的能力缺乏，更不要说运用法律的力量助力农产品产业发展。在 2022 年国务院发布的 2 号文件《国务院关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》中就明确指出：“做优做精特色优势农产品，提高重要农产品标准化、规模化、品牌化水平。深入实施品牌强农战略，打造一批区域公用品牌、农业企业品牌和农产品品牌。……支持建设产地冷链物流设施，鼓励农业产业化龙头企业、农产品流通企业和大型商超在贵州建设绿色农产品供应基地，推动‘黔货出山’”。我国农业电商所面临的发展困境除了网络设施建设落后、物流成本过高、缺乏人才和网络监管不足，还有便是农产品缺乏品牌效应[1]。因此，打造贵州本土的特色优势农产品，提高农产品标准化、规模化、品牌化，是贵州农业发展的重心。发展特色农产品产业，不仅可以加速农业现代化发展，还可以促进农业之间的产业融合，实现特色农业的升级换代[2]。发展农业电商能够发挥农业产业集聚效应和特色农业扶持效应，以此增强农业在市场变化中适应能力[3]。发展电商还能够提高处于产业链末端的低收入农民的市场竞争能力，破除信息差等外部约束，提供更多市场机会，营造更公平的市场环境[4]。而电子商务的商业模式是完成实施品牌强农战略目标的重要方式。若能够发挥好淘宝、京东等平台销售，以及直播带货等新兴营销模式的效用，对推动黔货真正地出山将发挥关键作用。因此，应加强对农产品的法律保护、制度支持，更要运用法律，尤其是知识产权对农产品产业发展的促进作用。知识产权是现代市场竞争中的重要工具，不仅能保护企业平稳发展，更是促进企业发展的重要手段。运用好著作权、专利权、商标权、地理标志等知识产权，对提高农产品标准化、规模化、品牌化有重要意义。

2. 农业电子商务的知识产权保护与运用现状

当前农业电子商务的知识产权领域存在的问题主要有两个。一个是相关的知识产权保护不足，这是因为农业电子商务从业人员关于知识产权的法律意识薄弱。另一个是从业人员运用知识产权促进产业发

展的能力不足，忽视知识产权在市场竞争中的巨大价值。

2.1. 知识产权的法律意识薄弱

随着信息时代的来临，信息电子化、数据化、网络化带来的交流便利使商业活动脱离传统的线下模式，线上的商业活动成为新的商业模式。在整个商业电子化的过程中，农业领域的电子商务活动的发展相对滞后。这既是因为农业本身所具有的独特经营活动，农产品的交换受到季节、地域、渠道等多种因素的限制，也有对农业电子商务建设不足的因素。在农业电子商务化的进程中，部分原因就是知识产权的保护与运用较为落后。在农业电子商务活动中侵犯知识产权的案件频发，更不用说进行知识产权保护和管理。在网络空间中，很容易发生侵犯著作权的行为，侵权行为的便宜和快捷使得侵权后果在短期内迅速扩大。而在电子商务活动中，侵犯著作权的行为也最容易发生，侵权后果也最为严重。使用和发布信息有助于交易的完成，在扩大信息传播的过程中，将不可避免地使用文案、图片、视频等形式。这便导致盗用他人文案、图片和视频等作品作为宣传方式的利益驱动难以遏制。在网络平台下的电商模式维权困难，导致知识产权投诉泛滥，平台既缺乏明确的侵权认定客观标准，又没有明确的审查主体地位，知识产权保护不足且存在滥用的情形[5]。因此，农业电子商务从业人员对知识产权的法律意识薄弱，一方面体现在维护自身权益的意识和能力不足，另一方面更体现在滥用他人知识产权所造成的侵权行为上。若不加强法律教育，不论是农民，还是农业相关企业，都将难以承担网络电商知识产权侵权导致的严重后果。

2.2. 知识产权的运用能力匮乏

在农业现代化的进程中，农业受限于供给侧和需求侧之间的关系不对等，农民运用现代技术的能力不足，导致在市场竞争中处于弱势方。尤其是在农业电子商务化的过程中，农民缺乏运用网络技术的能力，法律意识薄弱，运用法律参与市场竞争的能力更是匮乏。

农业电子商务的从业人员的知识产权意识薄弱，缺乏对知识产权的法制理念和市场作用的充分认识，还停留于传统只关注农产品的生产、运输、销售等环节的阶段，对加强知识产权保护的意识不足。例如在商标权的保护和运用上，一般都是到假冒产品已经产生市场不良反馈时，才逐渐后知后觉。哪怕是贵州本土最为有名的农产品：“老干妈”，最初也没有很好地避免如“老干爹”等假冒产品的侵权行为。更不要说对其他尚未得到足够开发的县域农产品的知识产权保护。这些县域农产品在发展的初期，品牌得不到足够的关注，假冒产品的市场进入难度小，侵权行为的制止难度大，知识产权是最为有力的保护。但往往就是这些县域农产品不仅得不到相应的知识产权保护，忽视知识产权注册的重要性，结果导致真货反被假货告的尴尬局面。对企业乃至产品的知识产权保护，不是只注册一个商标就能够万事大吉的。对于专利权则是完全被忽视，外观设计专利权在市场竞争中的重要价值并没有得到很好的发挥。更不用说在生产、运输、销售等各个环节所产生的发明创造对于企业发展的价值。一个好的发明创造足以支撑一个企业的发展。但若得不到重视而被公开，不积极申请专利权，将是一项重大损失。对于著作权而言，先不说对自己所有的著作权的保护。若是不重视著作权的使用问题，一次滥用著作权所造成的侵权责任都可能使一个企业破产。最后，对农业电子商务具有重大价值的地理标志虽然需要政府的引导和支持，但更需要的是行业自身的努力建设。加强农业电子商务领域的知识产权保护，提高农业电子商务从业人员运用知识产权的能力，以促进农民、农业发展，具有巨大的潜力。因此，要提高农民运用知识产权的能力，以法律提高农业创新力和竞争力，加快农业强国建设的步伐。

3. 加强农业电子商务的知识产权保护与运用

3.1. 加强商标权的保护与运用

知识产权保护是一个全方位的防御墙，围绕主要商标注册多个商标，以避免市场混淆，是知识产权

保护的常规手段。但县域农产品在发展初期，往往由于意识缺乏或者资金紧张而被忽视。结果导致产品发展取得一定成果时，商标恶意抢注者、假冒产品等多方面因素的干扰。这时，假冒农产品的侵权行为难以被彻底制止，企业也将面临长期诉讼的诉累问题。维权成本过高、维权效果不佳、维权时间过长，即使维权成功，农产品发展的市场时机已然错失。这些都会导致一个农产品企业尚未发展起来，就已经面临破产。电商模式的信息高速传播将会降低侵权行为的实施成本，而危害结果会在短时间内急速扩大，市场影响的扩张快捷且严重。因此，在以电子商务模式促进农产品发展时，更要注重对商标权的保护，铸造商标防御墙必不可少。

3.2. 加强专利权的保护与运用

知识产权除了商标权可以保护农产品发展之外，还有专利权也可以对农产品起到保护作用。可以对农产品的外包装设立外观设计专利权。一个独具特色的外观设计在市场竞争中往往具有意想不到的重要作用。不仅可以提升产品质感和品牌高度，在消费者眼中留下深刻影响，还可以与其他同类型产品区分开来，对产品营销和保护都有促进作用。可实践中的农产品产业对外观设计的重视不够，多是一个简单的外包装加上产品说明。更不用说对外包装申请一个外观设计专利权。诚然，使用特殊的外包装会增加生产成本，应由市场进行决定。但从知识产权保护的角度来看，为一个好的外包装申请一个外观设计专利权是利大于弊的。好的包装不仅可以打开市场销路，扩大市场受众，增加市场影响力。还可以增加假冒产品的侵权成本，这不仅仅是增加其生产的侵权成本，更是增加其侵权行为造成的危害结果。更高的侵权成本，更严重的侵害结果，更高的赔偿数额足以筑起更高的市场保护墙，提供更强的市场竞争力。

3.3. 加强著作权的保护与运用

其次，对农产品的著作权保护是最容易被忽视的部分。主要原因在于农产品与著作权之间的关联性不强，两者在电商营销中不会天然地联系起来。对著作权的关注主要在于假冒产品、同类型产品在电商营销中对他人宣传时所使用的照片、视频等作品的使用，一般都是被动地进行保护。在维权过程中，对著作权的保护往往让位于更重要的产品保护方面，并没有发挥好著作权的功用。一个农产品的破局往往离不开一个好的故事。讲好一个关于产品历史、情怀和发展的故事，都离不开著作权的保驾护航。相关的照片、视频、文案，以及相关周边产品都要发挥好著作权的保护作用。关注证明作品创造时间，证明作者身份等证据的收集和保存。在当下电商模式的背景下，有着重要的诉讼意义，是应对当下面对网络侵权行为泛滥的重要手段。

3.4. 加强地理标志的保护与运用

地理标志对促进农产品发展有着重要作用，尤其是能够提高重要农产品标准化、规模化、品牌化水平。地理标准是一种标识，也是一种标准的证明。既能够标识一种产品是来源于某区域，也能够证明产品达到一定品质的功能，对产品承担一定的信誉担保，具有以此提升产品的公信力的作用，还能够对产品进行自然、生态、历史等价值因素的附加，是最简单便宜的价值附加方式。对于农产品而言，地理标志的商业价值是最大的。在电商模式之下，单一的一个农产品及其品牌是不足以在市场竞争中获取先发优势的。多数本土农产品只在周边区域内有知名度，通过网络面向全国的消费者，如何打开和扩大市场规模依然困难重重。对于本土小众的县域农产品更是如此，产品知名度的提升是一方面，对农产品的信任问题才是最重要的。对此，地理标志作为一种区域性标志，不仅可以提高产品知名度，还可以借助农产品地理标准的政府背书，取得消费者的信任，迅速打开市场。地理标志的商业价值还不止于此。一般而言，区域内的农产品产业发展多以一个或几个较为出名的品牌为主导，其他后起的品牌难以与之竞争，

便会以借名的方式进行市场销售。这样一来，后起企业既不能发展起来，还导致先发取得市场承认的品牌陷入维权的漩涡。最为重要的是扰乱了市场，阻碍了本土农产品冲出区域性限制，扩大市场份额的脚步。若建立规范的地理标志制度，再借助电商模式的加持，对外统一将目光聚焦于全国市场，对内集体运营和维护农产品的市场认可，并共同打击扰乱市场的侵权者，降低品牌维护和诉讼维权等运营成本。当然，能够取得农产品地理标志的农产品毕竟是少数，多数农产品的地理标志还是要以集体商标或证明商标的方式进行保护。但地理标志在电商营销中的商业价值和法律价值依然是极为重要的。

4. 积极发挥政府的引领作用

贵州作为内陆城市，在工业发展上并不具备优势，要实现新型工业化、新型城镇化、农业现代化、旅游产业化的“四化”战略目标，就要紧紧围绕农业现代化为工作重心。以农业现代化促进乡村振兴，以农业现代化在发展过程解决农业农村农民的“三农”问题，以农业现代化带动新型工业化，以农业现代化结合旅游产业化协调发展，以农业现代化支撑新型城镇化。面对贵州以高原、山地、丘陵为主的地形地貌，发展大规模农业并不现实。要化现实困境为发展动力，将贵州独特多样的地形优势发挥出来。独特多样的地形恰恰代表着不同地区都有其独具风格的农产品和农业文化，代表着具有发展多种多样的特色优势农产品的巨大潜力。

新兴的电子商务模式可以打破区域限制，降低交易成本，扩大潜在市场规模等作用，但农业电商受制于物流体系落后、产品类型单一、区域发展不平衡等现实因素，而发展缓慢[6]。为此，贵州省围绕农业、农产品制定和开展一系列关于农村电子商务、产销对接机制、绿色产品冷链物流建设、交易平台建设等全方面的制度措施。虽然取得一些成果，但还有许多需要加强和完善的地方。在对农产品的知识产权保护方面，还应继续加大执法力度，为黔货发展提供制度保障。还应加强对农产品电商从业人员的技能培训和规范教育，运用法律保障产业发展的同时，也避免因无意识的侵权行为而陷入长久的诉累之中。最重要的是，政府应当牵头引导农产品通过电商模式走向市场，并为此提供市场指导，提供以知识产权促进产业发展的经验指导。目前贵州多市皆主动引导农产品产业通过直播带货的方式扩大市场。政府还应带头主导与农产品相关的地理标志的建设，加大对农产品的开发与运营。贵州多数本土农产品还是停留在县域范围内，若不借助县级平台的支撑，难以突破区域限制。并且，地理标志的建设是一定的标准和规范为基础建立，若不加强政府的工作指导和规范指引，难免会被用于先发企业维持垄断。或者准入标准丧失市场公信力，地理标志的商业价值降低。因此，贵州发展农业电商的过程中，加强相应的知识产权保护只是其中的一方面。另一方面，更要发挥好商标权、专利权、著作权，尤其是地理标志等知识产权对农业现代化的促进作用，保障黔货快速平稳出山。

5. 结语

贵州要完成农业现代化的目标，必须要利用好知识产权的促进作用。因此，应加强知识产权相关的法律宣传教育，解决农业电子商务从业人员法律意识薄弱的问题。积极发挥政府的引领作用，提高相关从业人员对商标权、专利权、著作权、地理标志的运用能力。使农民、农业尽快具备参与市场竞争的能力，真正在新时代西部大开发的进程中闯出新路。

参考文献

- [1] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [2] 蔡慧敏. 中国特色农业现代化发展问题与优化路径研究[J]. 农业经济, 2024(2): 3-6.
- [3] 明红, 朱再清, 李小康. 电子商务进农村能增强农业经济韧性吗?——基于电子商务进农村综合示范政策的实证

研究[J]. 世界农业, 2024(2): 85-98.

[4] 方师乐, 韩诗卉, 徐欣南. 电商发展与农村共同富裕[J]. 数量经济技术经济研究, 2024, 41(2): 89-108.

[5] 毕文轩. 电商平台涉知识产权侵权治理的困境与纾解——基于司法裁判的实证分析[J]. 南开学报(哲学社会科学版), 2024(1): 67-80.

[6] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.