

家居

新京报 Easyhome

公社

创 设 理 想 空 间

详见 D02-03 版 特别报道

家具抄袭几时休？

被抄袭企业维权成本高成难题，企业呼吁加强监管



创意摄影 本报记者 王远征

■ 家居主张

如何丢掉“拿来主义”？

广州家具展上，“似曾相识”的家具还在不断被爆出，抄袭的丑闻也给家居行业蒙上了一层阴影。

近年来，中国经济高速发展，中国家具行业也在国际上崭露头角，有着“世界第一生产大国”和“第一出口大国”的称号，但中国家具的“抄袭陋习”也同样名声在外。这不仅导致了在很多国际重要设计赛事上，中国

设计的产品因带有明显的抄袭痕迹而被拒之门外，也导致了在国际知名展会上，中国观展者被一些品牌谢绝进入。

不可否认，抄袭之风，的确曾经成就了只图多快好省发展的中国家具业。“拿来主义”让一些企业不必负担高额的调查、研发费用，不必承担市场风险，轻轻松松就赚得盆满钵满。即使抄袭行为暴露，顶多担一时指

责，赔一笔小款，与既得利益比起来，这点付出简直太值了。更何况，国内品牌众多，鱼龙混杂，要发现抄袭就已并非易事，何况不少企业知识产权保护意识薄弱，自我保护做得不到位，而法律对侵权的鉴定又相对困难，如此空子，不良企业岂有不钻之理。

但长此以往，当抄袭成为人们虽然深恶痛绝却无奈接受的

“正常现象”时，当企业认定销量决定一切时，家具行业离2012的末日也就不远了。在抄袭毒瘤蔓延之下，创新企业会因为得不到保护，不再愿意走创新的道路；坚持品牌的企业因为受到冲击，没有市场，而放弃对品质的坚持……最后我们可以预见，中国家具制造业终将因创新与知识产权意识的严重缺乏而集体沦陷。

坚守创新、原创和品牌的阵地，不仅需要企业知识产权和维权意识的复苏，更需要行业和法律的保护和支持。加大法律惩处力度的同时，企业可以发挥品牌联盟的作用，积极打假维权，联合全国知名家居卖场，建立战略联盟，取得与家居卖场深层次的合作，将抄袭产品和企业扫地出门。

本报记者 张佳竹

D10-11 北京地理 20年嘈杂的气度与土气的包容

D18 装修 停暖后别忘养护散热器