

焦点 | Focus

捷豹路虎状告陆风，这回法院挺谁？

中国汽车“复制+粘贴”能走多远？



见习记者 李妍如

十年恩怨易结不易解

实际上，这已经不是路虎与陆风第一次对簿公堂了，双方在10年前就“结了仇”。

2005年10月，陆风向欧盟内部市场协调局提出了注册“LAND WIND”商标申请。一年后，路虎以陆风商标与路虎“LAND ROVER”过于相似而将陆风告上欧盟法院。经过判定商标侵权、上诉维权成功后，陆风成功拿到“LAND WIND”欧盟注册商标。

当陆风X7首次亮相2014年广

州车展时，就注定了它会成为焦点。其外观高度“还原”路虎极光，拥有同样低矮的风格、类似的轮廓细节、相仿的前脸。同一时间，进口版极光已进入中国市场，而陆风X7的售价只有极光在华售价的三分之一。

陆风X7外观设计抄袭的事儿已是路人皆知了，这两款车之间的差异甚至可以通过更换前格栅、标识等配件来消除。淘宝网上还有人明目张胆地挂出了“只需600元，陆风X7改装路虎中网”的服务。

面对起诉，陆风汽车营销公司副总经理潘欣欣的回应是：兵来将挡、成竹在胸。

高度“参考”是合法的？

陆风的自信也并非毫无底气。倒在诉讼这条路上的前辈比比皆是。

2004年，通用汽车公司下属的韩国通用大宇公司正式起诉奇瑞QQ抄袭通用雪佛兰Spark车型。同时，通用大宇也向中国国家知识产权局专利复审委员会申请奇瑞QQ车的外观设计专利无效，并要求奇瑞赔偿8000万元人民币作为补偿。

这场争夺战牵涉到两家企业的经济利益及中外两大汽车集团的微妙关系。最后，由中国商务部、知识产权局权威专家出面，以“依照我国的法律和外方提供的证据，目前无法认定奇瑞公司存在侵权，也

不能认定奇瑞公司存在不正当的竞争行为”作结。

“剧情”最跌宕起伏的莫过于本田指控石家庄双环旗下宝SRV车型抄袭本田CR-V的外观设计专利权一案。这起官司前后花费了13年时间。其间，双环反诉本田，认为本田之所以拖双环入局，是由于来宝SRV车型的推出正处于本田CR-V上市前期，因此本田的真正目的是对国产竞品进行打压，以求独大，牟取不正当竞争利润。最终，法院判定本田赔偿双环人民币1600万元。本田彻底懵了。

别说是在中国了，即便在意大利，smart状告双环也没有胜诉，尽管双环小贵族对smart的模仿已经没有底线了。

这些不了了之或最后翻盘的结局，都预示着陆风能逃过此劫，说不定路虎还要哭着赔偿江铃好几个亿。这似乎也给所有汽车品牌一个暗示：高度“参考”是合法的。

模仿都是必经之路吗？

“抄袭”、“山寨”与“借鉴”、“参考”的把握就在一念之间。这在中国，特别是在一些专攻低端市场的自主品牌里几乎是个通则。比如众泰，几乎把德系强势车型抄了个遍，无论是仿大众途锐的众泰T600，还是仿奥迪Q3的众泰SR7都“大获成功”，才曝光不久的SR8就是保时捷Macan的翻版，而大众、奥迪、保时捷则集体选择无视。

后辈还在书写自己的黑历史，早出道的吉利、比亚迪等一批国产老字号已经慢慢“洗白”了。

想当初，吉利使用了和丰田相似的美日车标，丰田直接向法院出具42份证据，直指吉利抄袭，但最终还是败诉。而吉利却弃用了“高仿”标，转而走上自主研发之路。虽然有人还是会翻翻旧账，但现在谁也不会否认吉利是自主品牌大军的中坚力量。

再看比亚迪。比亚迪的高速

“发展”让其成为了众所周知的“惯抄”。当年让王传福引以为豪的王牌F3只花了14个月时间就面世了，活脱脱就是丰田花冠的孪生兄弟。而比亚迪并没有盲目抄袭，其通过对大众TSI的逆向研发，研究出自己的TDI，并已装备在多款车型当中。同时，在新能源领域，比亚迪的表现更是可圈可点。

模仿学习的终极目的是为了尽快掌握一个行业的精髓，酝酿出属于自己的东西。如果车企蒙着头一路走到黑，估计很快就要加入双环所在的“僵尸企业”阵营了。

画皮画骨更要画魂

“这辈子能不能开上玛莎拉蒂就靠众泰了。”这句话调侃了国人对自主品牌抄袭风潮的无奈，但当年日本汽车工业也是这么走过来的。

上世纪50年代末，技术、人才双匮乏的日本决定开始发展汽车工业，日本车企纷纷采用了拿来主义。丰田在二战后推出的第一款车型丰田SA就“仿制”了当年的欧洲国民小车甲壳虫。更有甚者，直接将欧美畅销车型搬过来换了个标就当作自己的产品。

到20世纪70年代，日

本大量吸收世界先进技术，并实施逆向工程，日系产品逐渐受到消费者青睐。然而，日本车企并没有止步于此，其陆续推出了一系列自主研发的产品，赢得了全球巨大市场份额，跻身世界汽车强国之列。后续在80年代起步的韩国车企几乎照抄了日本汽车企业的发展模式，以政府的保护主义政策作为护身符，迅速占领了本国市场之后，就有了下一阶段的发展资本。

《经济学人》杂志曾经给出这样一个观点：中国汽车业目前正处在由模仿到创新的过渡时期。抄袭并不可怕，可怕的是除了抄袭什么都不会，汽车工业发展到一定程度时，模仿就将成为中国汽车整体实力提升的最大阻碍。画皮画骨更要画魂，随着中国的汽车产业不断走向成熟，上汽、北汽、广汽等主流自主车企都逐渐摸索出了各自的正向研发模式。正向开发虽然投入大、风险大、见效慢，但却是自主品牌车企今后的必由之路。坚持正向开发不仅能够提升车企实力，拥有自己的基因特征，让消费者逐渐接受自主品牌车型，而且在终端销售上也会积累良好的口碑，最终带动品牌力的提升，这也是让世界重新认识中国制造的正确方式。

**COPY
不走样**

雪佛兰SPARK



奇瑞QQ



丰田花冠



比亚迪F3



路虎揽胜极光



江铃陆风X7



大众途锐



众泰T600



丰田PRADO



哈弗H9