

# 广东陶瓷“著名形象”在人们心目中价值几许？

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的广东陶瓷“著名形象”在人们心目中价值几许？还是值得关注。新年伊始，陶瓷行业各大平面媒体、网络媒体纷纷报道了陶城”、万兴”、伟业”、鹏佳”等4个陶瓷品牌被注销广东省著名形象称说的新闻。从行业媒体的报道来看，大多对此表示了意外、遗憾、惋惜，认为被注销的这4个陶瓷品牌形象均为行业的优秀品牌，是市场上经得起考验的陶瓷化工或者陶瓷产物品牌。着实在笔者看来省著名形象”被注销事件远不是其表象如此简单，虽局外人有意外、遗憾、惋惜之情在所难免，但当事陶企未必如此，我曾与一现在仍拥有广东省著名形象”的佛山知名陶企老板聊起此事，对方直接告知笔者他们的省著名形象”明年到期，曾经计划筹备弃之归还”省工商局，一脸表情毫无半点遗憾、惋惜，曾经提前一年计划了，到时肯定也谈不上意外”了。在我看来，事件的核心是：著名形象”在人们心中价值几许？无妨我们能够通过广东省工商行政管理局官方网站上能够看到2012年2月1日上线的《关于注销绿叶”等120件形象的广东省著名形象资格的通知》，《通知》文末所属日期为2011年12月26日，就是说通知公布滞后了一个多月。在《通知》结尾附了三个附件，分别是附件1：未申请延续的绿叶”等82件形象名单；附件2：不予受理延续申请的傅美”等4件形象名单；与附件3：不予延续的万兴”等34件形象名单。万兴”、和美”属附件3名单，同属这类名单的还有富力”地产、华强”电子、风华”高科、第五街服装”、广州酒家”等；潮州鹏佳”卫生洁具陶瓷、广东伟业”陶瓷属附件1名单，同属这类名单的还有腾讯”（QQ）科技、珠海丽珠”医药、莲香楼”、徐福记”、名匠轩”家具等。着实再向前推，在2010年3月30日广东省工商行政管理局就曾发布过《关于注销广东省著名形象资格的通知》，其附件有：附件1：未申请延续著名形象资格的霸王”等56件形象名单；附件2：不予延续著名形象资格的中成”等36件形象名单。据悉，广东省著名形象的有效期为三年，有效期满后需要保留著名形象资格的，形象所有人该当提出延续申请，徐福记、腾讯QQ等百多件形象都因没有申请延续而被注销广东省著名形象资格，个华夏因是形象持有单元工作失误，还是有意放弃，还是不接受省著名形象”延续申请的游戏规则，相信是地球人都知道。这种三年的延续复审，多少让人遥想到原来中国名牌”三年的复审，以及客岁中国瓷都”七年的复审。岂论怎样，试想一下，广东省著名形象”没有了腾讯(QQ)科技、没有了徐富记”、没有了莲香楼、没有了广州酒家、没有了富力地产，广东省著名形象”还能涵盖多少著名？未来广东民众心目中的著名形象与广东省著名形象”将有多大差异？著名形象”是由市场和消费者心田认定，还是由官方认定？官方认定著名”、驰名”、名牌的路还能走多远？且不说著名形象”、驰名形象”、甚至中国名牌”在认定过程有多少让人大跌眼镜的秘闻与潜规则，关键我们的政府还时常直接介入个中，将这些列入品牌战略”的考量系统，全方位的导向、奖励，搞得工厂乐此不彼而又不知所措，在这方面忽悠”还真有点就是生产力的滋味。然则这次我读

到关于陶城”、万兴”、伟业”、鹏佳”等4个陶瓷品牌被注销广东省著名形象称说的消息，通盘没有感到意外，更没有遗憾与惋惜，而是让我看到了我们的著名形象”越来越不值钱了，我们的工厂特别是广东的著名工厂越来越不在乎这种由政府主导的著名形象”了，多少给人有种觉醒、顿悟的感觉。著名形象”在人们心中价值几许?贬值、下挫已成定势，相信来年会有更多的著名陶企退出著名形象”复审竞争之列。品牌战略不再依赖政府行政认定，而在于市场实实在在的评估与声誉。(尹虹)。

友情链接: [商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者