

# 思考：公权力对形象应只管“注册”岂论“著名”

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的思考：公权力对形象应只管“注册”岂论“著名”还是值得关注。近日，广东省工商行政管理局发布公告，注销120件形象的广东省著名形象”资格。这是近年来广东省著名形象”注销数量最多的一次，尤其出人意料的是腾讯QQ、徐福记、富力、莲香楼、利口福等消费者熟悉的品牌也位列个中。 “腾讯QQ”不再是广东省著名形象?是的，它曾经被认定为中国驰名商标”，工厂没有提出延续申请，是以和广东省著名形象说了再见”，脱离相干”了。 这事儿着实蛮搞笑的。形象需要注册，这一点大家都能够理解，也是国外通行的做法。但一个形象究竟是不是著名形象，其关键之处这个形象及其所代表的产物是否被民众所认可，竟然是公权力给还是不给你著名”这个的头衔，古今中外唯有当下才会在我们身边出现这种怪事。 举个例子，海明威是美国著名作家，我们不能说他获得诺贝尔文学奖之后，他就是天下著名作家”而不再是美国著名作家”了。很明显，一个地域性的著名作家，和一个寰球性的著名作家，在素质上上并无任何抵触，何故有了这个头衔就不能再有那个头衔?一个地区性著名作家，他可能是天下著名作家，也可能不是，这需要看天下人民对其作品是否认可;反之，一个作家，其作品可能蜚声海外，成为天下著名作家，但其作品或许在本地区并无影响，本地区民众不熟悉也不欣赏其作品，那么就会出现墙里着花墙外香”、先知在故里未必受欢迎”的情况，并不难理解。 可见，一个作家其根在哪里，很好剖断，即由户籍或居住地决定，如中国作家、法国作家等;而其是否著名作家、是哪里的著名作家，这就不是简单的一纸证书所能够下结论的了，尤其不能由公权力来代为下结论，而是需要由其作品的读者甚至更广的人群来认定。著名作家”如此，著名形象”又何尝不是?如果对一个著名形象”，消费者都不熟悉甚至持谨防立场，那是相关公权力部门自得其乐、自揽笑柄、自降威信;如果一个形象没有获得著名形象”，却在民间口碑甚好、消费者高度认同，相关公权力部门又该怎么去自圆其说、自我解嘲、自我反省呢? 形象的注册”是公权力部门该管的，形象是否著名”是公权力部门不该管也无法管的。揽来这个权力，在出现问题之后依然抱着这个权力不放，对自身、对工厂、对民众，从长远看着实都没有什么甜头——该罢休的，还是抓紧时间罢休吧，这样，公权力部门才能够打造自身的被民众认可的著名形象”。现实上，管理的归管理，市场的归市场，两方面该细分的领域还有不少，相关公权力部门没有需求再揣着明白装糊涂了。 .

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者