

红酒市场现怪相 洋酒为什么贴了土品牌？

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的红酒市场现怪相 洋酒为什么贴了土品牌？还是值得关注。在我们的日常生活中，一些国产商品披上洋外衣”的现象时有发生。由于在一些商家眼中，商品一旦被消费者认为是洋品牌”，便可瞒天要价。不过，洋品牌打起国货的主意，这在以往却并不多见。近日，央视曝光的一起法国进口葡萄酒涉嫌侵犯我国品牌红酒形象的案件引人存眷。朋友聚餐、请客送礼、夜店消费、睡前小酌……红酒曾经不再是几十年前的奢侈品”，越来越多的国人为了追求生活品质，将比白酒健康”的红酒摆上餐桌。2010年的统计数据显示，中国人喝掉了15亿瓶葡萄酒。巨大的市场空间令红酒生产商开足马力，当然在蛋糕面前，也难免会有以次充好、以假乱真的现象出现。过去，大部分造假者采取的手法都是用低档酒冒充高档酒发售。比如，红酒造假基本上都是国内生产，贴上国外标签，冒充进口酒对外销售。也有一些黑心的作坊，为了更加节省资本，或者为了增长酒精的度数，往往会往假酒里掺入工业酒精甲醇。央视考察显示，这种假红酒资本价每瓶仅4.8元，人喝了会迸发什么样的后果可想而知。现在，随着国内红酒业的发展，一些国产物牌逐步得到消费者的认可，有的国外进口红酒竟然也打起了中国品牌红酒的主意。重庆市工商部门在专项检查时便发现，某超市内销售的法国原装进口的红葡萄酒涉嫌侵犯(张裕)葡萄酒的解百纳形象。解百纳是一种干红葡萄酒的形象，其所有权属于我国一家葡萄酒工厂，只有该工厂及其授权的统共7家公司有权利用。其他葡萄酒工厂包括进口葡萄酒利用解百纳”形象均属侵权。一个进口葡萄酒商为何要侵犯国内产物知识产权呢?缘由恐怕离不开利”字。尽管现在红酒越来越好卖了，然则动辄几百甚至数千元的进口红酒多少还是让百姓摸不着脑壳。网上有关进口红酒资本仅几欧元、甚至不到一欧元的报道比比皆是，许多百姓宁可去买王朝、张裕、长城等知名国产葡萄酒，也不太敢花大把的银子去买标价不菲的洋酒。而洋品牌很可能就是捉住了中国消费者的这种心理，适时推出中国化的形象标识，搭个顺风车，希望起到四两拨千斤的营销效果。当然，进口红酒侵犯国内产物知识产权，这也从一个侧面反映出国内红酒产业的进步和国产葡萄酒质量的提升曾经得到市场的认可。进口红酒借用国内红酒的知名形象，虽然侵权，但比起那些灌装勾兑化名牌酒的人来说，本质上只是为了谋利，并无意害人。除了红酒以外，还有一些领域也存在这种洋货沾光国货的情况。这些领域存在一个共性，那就是商品价值从直观上没有明显的可比性，没有明确的衡量标准，同时都有比较高的利润，正是基于这几大特点，才会出现洋货敢于变身”借力的招数。没有标准，没有价格标尺，许多对象就隐晦得多了。着实，不论是洋货变身国货，还是国货效仿洋货，我们的市场更欢送的是清洁货”。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者