

品牌强势工厂应避开三大误区

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的品牌强势工厂应避开三大误区还是值得关注。近年来，一些技术含量高、市场占有率高、发展远景看好的工厂踊跃实验形象战略，走品牌强企之路，但仍出现形象注册、利用意识不强，与经济疾速发展不相顺应、与工厂自身发展需求不符合的问题。避开实验形象战略的三大误区，工厂才能走上品牌强企之路。

误区一：形象发展和品牌争创是工商部门的事。首要表现为，有的工厂申请注册形象踊跃性不高，重视技改投入，忽视品牌建立投入；一些政府相关部门鼓励、搀扶工厂申请注册形象的相关优惠政策滞后，在制定形象发展战略中缺乏科学性、前瞻性。

误区二：形象对工业产物至关重要，而对农副业、现代服务业则相干不大。首要表现为，在一些地区，工业产物形象与农副业产物、现代服务业的形象在数量比例上严重失衡，招致农副业、现代服务业难以形成地域特色。笔者认为，这主要是由于目前农副业在很大程度上仍处于一家一户式的分散运作状态，未能较好地形陋习模运作优势，抵抗市场风险的能力不强。现代服务业则处于初始阶段，大多表现为单兵独战”，没有形成较好的服务系统。

误区三：形象注册是功德圆满的事。首要表现为，部分工厂对注册形象的远景认识不足，对防御性、保护性形象的重要性认识缺乏，缺乏目的性，在实验形象战略中怕投入，怕费力，讲究形象数量，忽视形象的含金量”。分析其成因，首要在于部分工厂重视发展形象，却忽视培育形象，片面认为拿到形象注册证就万事大吉了。

是以，笔者认为要指导工厂实验品牌兴企战略，有关部门应加大形象知识和形象法律、法规的宣传力度。各级政府部门要踊跃宣传形象注册的重要性的需求性；利用现场会、经验交流会等形式，让驰名形象、著名形象和知名形象工厂，先容实验品牌战略得到的成效；把形象疏导发展工作与处所经济发展工作相结合，把形象发展、品牌建立工作纳入目标考核系统；对被认定为驰名形象、著名形象和知名形象的工厂适当表彰。工商部门在工作中，要注重形象平衡发展，指导农副产物生产、销售者注册农副产物形象，指导农民专业合作社和有关协会申请注册地舆表记，充散发挥地舆表记和农副产物形象在促进农业增效、农民增收、农村发展方面的作用。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者