

广药痛斥鸿道弱化“王老吉”形象 自谋出路能否见效？

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的广药痛斥鸿道弱化“王老吉”形象 自谋出路能否见效？还是值得关注。

红绿殊死之争再添新乱：红罐悄然加影加多宝”

新旧红罐王老吉外包装对比，新包装在多处凸显了“加多宝”三个字。

2011年底开庭的王老吉形象仲裁案，又现新争议。

南都记者独家从广药集团获悉，广药曾经于日前向中国国外经济贸易仲裁委员会提交了副函，以控诉鸿道集团悄然变更红罐王老吉外包装。凭据广药说法，鸿道集团已在王老吉血色罐身上加盖了与“王老吉”三个字同样大字号的“加多宝”三个大字。（南边都市报

 www.nddaily.com SouthernMetropolisDailyMark 南都网)

加多宝对于广药的控诉，则未作任何回应。其16日发给部分媒体的声明中，再度强调“在案件审理期内不做任何回应和解释”，还表示，做出这个决定是“一件相等艰难的选择”。

餐饮渠道惊现“加多宝”凉茶

南都记者多日走访得到的结果是，“加多宝”版的红罐王老吉的流通规模依旧限于餐饮渠道，广州的商超及士多目前在售的依旧是旧版包装的产物。

1月12日，记者来到广州五羊新城一家与加多宝经销商有着合作相干的餐厅，点了近10罐红罐王老吉，罐罐都与之前在市面上流通的生产日期为2011年10月份的旧包装存在差异。

红罐王老吉的旧包装正本红罐罐身上有两处前后对称的“王老吉”三个大字，而生产日期为2011年12月20

日的新品，红罐罐身上仅剩一处“王老吉”，其罐身后面对应的三个大字曾经悄然改为了“加多宝”。

此外，与旧包装相比，新包装上位于“王老吉”及“加多宝”摆布两侧的两排玄色字的内容也有明显的更改。旧包装摆布两边的内容分别是“王老吉凉茶，采用本草植物材料配制”和“凉茶始祖王老吉，创业于清朝道光年，已逾百年汗青”。而新品摆布两边的内容曾经变为“加多宝出品正宗凉茶，采用本草植物材料配制”和“加多宝出品正宗凉茶，获准为国度级非物质文化遗产”。

记者注意到，除了上述两个较为明显的变更外，另一个不经意的变化也颇有意思。旧包装罐身靠近罐盖的处所，正本印有一圈不断重复“凉茶始祖王老吉”的黄色字体，而新品则将字的内容改成了4句“加多宝出品正宗凉茶”。

这一批号为“02：01135SG 合格”的红罐王老吉新品，其标注的产物生产信息与旧包装一致，均由鸿道(集团)有限公司授权广东加多宝饮料食物有限公司生产，实际生产方则是位于广州市海珠区广州大道南新源街29号的广州新源饮料有限公司。不过，新品在其罐身印有“加多宝”的处所已多达11处，而在此之前，旧包装罐身上仅有3处。

随后几天，记者特意走访了广州包括华润万家、百佳、佳和购物广场等商超，不过发现生产日期为2011年9月、10月、11月的红罐王老吉均未出现更改外包装的情况。而当1月17日，记者再度前往上述餐厅时，则再度点到了“加多宝”版王老吉。

广药称加多宝篡改“王老吉”形象

“加多宝”版王老吉究竟是非法工厂生产的赝品，还是鸿道集团和加多宝公司有意为之？南都记者为此联系了加多宝公司。不过，其首席传讯代表一如既往地选择了沉静。

却是广药集团及王老吉药业最终向记者确认了这一情况。广药集团一位高层在谈及此事时情绪激动，他在强调加多宝过激勾当无益于解决纷争的同时，还表示“这是加多宝心虚的表现。是鸿道集团和加多宝在为仲裁案一旦败诉留后路。”

该位广药高层向记者表示，作为原告的广药也是近日才获悉被告悄然更改了红罐王老吉的外包装。目前尚不确定，新包装是否也将向零售渠道铺货。

但他同时强调：“广药将遵照仲裁委的要求，采取合适的法子，正确地表达我们的诉求，并采取合适的举措来加以应答。”

凭据广药集团此前对媒体的说法，鸿道集团和加多宝公司一致没有按照协定和谈的内容正确利用王老吉形象，而这正是广药提起形象仲裁的一大缘由。

据悉，仲裁案最大的纷争在与原广药集团总经理李益民与鸿道集团签订的两个补充协定是否有效，但鸿道集团和加多宝公司未正确利用王老吉形象，在广药看来，也是一大隐忧，必须通过仲裁来加以妥善处置惩罚。

比如王老吉原始形象是画轴状的图案和文句，而加多宝红罐王老吉一直利用的却是竖着写的王老吉三个字。另外，红罐王老吉凉茶的包装字体也和广药集团最初申请的王老吉形象的字体不同。

“加多宝这种做法着实就是在弱化原来的王老吉形象，让消费者把红罐王老吉的特定标识等同于王老吉形象。”2011年12月底，王老吉仲裁案开庭前夜，广药集团的新闻讲话人就认为：“王老吉这一品牌形象曾经存在了185年，属于广州市国资委的资产，而加多宝集团则为民营工厂，后者在口口声声说保护民族品牌的同时却篡改形象，窃取国有资产利益。”

市场更认“王老吉”还是“加多宝”？

在广药集团看来，鸿道集团和加多宝公司此番“蓄意”更改红罐王老吉的外包装，并加印8处“加多宝”，目的十清晰确，言外之意是在告诉广药，鸿道集团不排除今后自行推出加多宝凉茶的可能。

据先容，鸿道集团和加多宝更改红罐王老吉外包装曾经不是头一遭。而每一次更改，均显示出其弱化王老吉，强调加多宝的用意。

以早期推出市场的红罐王老吉为例，当时，红罐王老吉罐身正面“王老吉”三个黄色大字左下角并无“加多宝出品”几个小字，另外，“王老吉”三个大字左侧的玄色字的内容“王老吉凉茶，依据祖传秘方，采用上等草本配制，老少皆宜，诸君惠顾，请认形象”也十分强调王老吉形象。起先也曾加印“加多宝出品”几个字，但字号很小，不突出。

“现实上，红罐在外包装上曾经形成了一种类似于形象的辨认效率，目前加多宝还在小规模投放新品，一旦试验结果出来，显示加印‘加多宝’能被消费者普遍接受，那么仲裁案尽量失败，对鸿道集团的影响也没那么大。”一位不肯意具名的市场分析人士如是说，“不过，市场是更认‘王老吉’三个字还是会将‘加多宝’等同于‘王老吉’，现在还很难说”。

不过，也有市场人士认为，鸿道集团和加多宝之举，着实也是迫于无法。眼见自己做大的品牌和市场，一不小心就会落入别人之手，显然不能坐着等死。

“谁的王老吉”要仲裁见分晓

由于加多宝的这一举措，适逢红绿之争仲裁案开庭宣判前，有分析认为，鉴于仲裁案开庭后又现新的争端，价值达1080亿元的“中国第一形象”的何去何从，将出现更大的变数。

而广药方面给本报的最新信息是，由于涉及国有资产重大流失的问题，他们曾经向仲裁委提交了有关加多宝蓄意更改红罐王老吉外包装的副函，要求仲裁庭稳重考虑此事的影响。

据南都记者相识，此番红罐新品率先上市的餐饮渠道，着实就是加多宝的核心销售渠道，而凭据广药旗下王老吉药业2011年年会的规划，从本年起，绿盒王老吉也将周全进军餐饮渠道。两个王老吉殊死之争，究竟谁能笑到最后？凭据广药方面最新的说法是，此事曾经到了必须用条文途径解决问题的时候。

而一些长期存眷红绿之争的业内子士与记者聊到这一问题时，则认为和解依然是解决当前困局的最佳出路。(马建忠)

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者