

本土运动品牌乔丹日子不当过 上市激起形象非议

来源: [香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册,但是国内的本土运动品牌乔丹日子不当过 上市激起形象非议还是值得关注.岁末年初,中邦本土品牌的日子似乎并不当过.一边是蒙牛由于其产物黄曲霉毒素超标而激起民众的质疑,蒙牛股价是以一路大跌;另一边,人们对国内知名运动衣饰品牌乔丹体育顿时上市而激起的形象利用非议,亦是不绝于耳. 蒙牛事件的素质不过乎产物质量和安全环节的问题,和蒙牛相比,乔丹体育激起的话题更值得服装业界存眷.自2011年11月底获准上市的消息发布以来,乔丹体育的胜利模式似乎并不为人所认可.

环绕上述争议的声音首要有两种:第一,中国目前正处在市场竞争异常残酷的阶段,乔丹和蜡笔小新品牌成了巧借别人之名,使自己的产物脱颖而出的典型案例;第二种说法则是,乔丹这个品牌拥有纯正的中国血缘,其存在是通盘正当的,它比耐克(Nike)旗下乔丹(Air Jordan)服鞋系列形象在中国注册的时间要早得多. 翻看乔丹体育的工厂发展史,再联系中邦本土品牌多年来的发展进程,乔丹激起的两种说法似乎都有其公允性.乔丹体育前身是成立于1984年的晋江市陈埭溪边日用品二厂,2000年,日用品二厂通过正当的工商途径正式更名为乔丹体育,从此乔丹体育进入了稳步成长阶段.到2011年底,乔丹体育凭借良好的运作业绩跻身中国十大运动衣饰工厂之列,并顺遂通过证监会的IPO资格稽核. 诚然,中国作为寰球品牌巨头竞相争夺的重要市场,知识产权保护系统问题确实还有待完美.如果说乔丹体育和Air

Jordan鞋服系列在中国利用的形象名称重合是一次擦边球行为,耐克势必会想尽实足办法阻止这种行为. 现实上,耐克曾对乔丹体育提出过形象侵权的投诉,但形象局予以驳回,之后耐克也并没有提出行政诉讼程序.即便按照西方国度的条文,乔丹体育的情况也是正当的.前车之鉴是对乔丹23(Jumpman23)的形象诉讼案,耐克同样以败诉收场. 眼看年关将至,乔丹体育获批顿时登陆A股实为本土品牌一大喜事.此番形象非议案旧事重提,这着实是正常现象,由于在公司上市前夜,享用过“旧账重提”、“谣言攻击”、“匿名举报”待遇的实在是太多了.

友情链接: [商标转让](#)

内容来源网络,如有侵权,请联系作者