

# “铁人”形象叫价二百万

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的“铁人”形象叫价二百万还是值得关注。

## 新闻背景

乔丹来维权了，林书豪被抢注了，iPad讼事还没完，iPhone又要成灯具和厨具了。近日一段时间，有关形象抢注的新闻，像连续剧般高潮迭起。

大庆某花草公司总经理李文，早在2004年便委托哈尔滨华宇形象事务所，向国度工商总局申请利用“铁人”形象，颠末几年的等待，胜利注册了“铁人花粉颗粒”形象。

看到商机后，他又先后抢注了另外四大类“铁人”形象，目前，他手里算计持有五大类的“铁人”形象50个，并叫价200万转让。

胜利抢注形象后能获得多大收益？个中又存在多大风险？近日，晚报记者对此事进行了采访。

## 待价而沽百万叫卖“铁人”形象

提起“铁人”二字，人们自然会遥想到许多，“铁人”——王进喜——大庆——中国石油。

“铁人”，一个凝结着期间精神的英雄人物，让人很容易想到那个创业年代。能够说，石油人对“铁人”有着深沉的感情。“铁人”，时下除了代表一个实实在在的群体，更代表着石油人可贵的期间精神。于是，有人便想到了将“铁人”注册成形象。

家住大庆市的李文从事花草种植，同时也在做万寿菊花粉颗粒生意。由于没有形象，销路一直不是很通畅，正当他苦苦琢磨注册什么形象时，偶然一次与朋友谈天，得知“铁人”在这个类别的形象中还没有人注册。

考虑到了“铁人”形象的含金量，2004年，李文便开始委托哈尔滨华宇形象事务所，向国度工商总局提出

申请，要求注册“铁人”形象。颠末几年的审批，2008年，李文终于拥有了属于自己的“铁人花粉颗粒”形象。

按照李文的话说，自从有了“铁人”形象，再加上精心管理，他的花粉颗粒生意一跃而起，不但在国内脱销，还走出了国门。

李文自己说，在与华宇形象事务所接触过程中，他才真正地认识到，形象对于一个工厂的重要性。此后，他又先后抢注了另外四大类“铁人”形象。目前，他手里共计持有五大类的“铁人”形象50个。

3月2日，李文决定将“铁人”形象转让。李文说，由于自己要改行从事其他生意，他想把手里的“铁人”形象以200万元的价格转让出去。

有人出价几十万他仍不肯撒手

李文的高价形象并不是无人问津。李文说，他的亲戚朋友都知道他抢注了“铁人”形象一事，也知道他目前有意转让。就在前段时间，一个外埠商人特意来到大庆找到了他，和他筹议买形象一事，并愿意出价几十万，但最后这笔生意没谈成。

李文说，他不想将“铁人”形象卖给“外人”，他想把“铁人”形象留在大庆。

抢注形象不容易用其淘金更加难

对于李文抢注“铁人”形象的做法，禹奥专利形象事务所翟国彬经理说，由于形象属于无形资产，价值不当衡量，对于形象买卖，不同人看法也不同。

翟经理说，对于抢注形象的行为，人们服气也好，不屑也罢，但没有什么可指责的，按照我国的现行条文，抢注形象通盘正当。

并不是随便注册什么形象都能获益，除了要精心策划外，一个没有颠末市场实践的形象，动辄叫价几十万元、上百万元，明显存在炒作之嫌。

抢注形象并不容易，而且得手成果也未必属于你。“在申请注册形象等待批准的时间里，盘问系统不显示正在注册的形象。如果形象名称与别人正在注册中的一致，就会根据‘先申请先注册’的原则来批准。”翟经理先容说。

另外，翟经理说，申请注册的形象，有可能会被驳回。尽量申请下来，在几年内也可能面临被撤销的风险。所以一旦“运气”不当，高价买形象者可能血本无归。

并不是所有的形象都能顺遂转让，业内经常传出形象投资人抢注了一堆形象却转让不出去的事情，以至于生活陷入困境。

### 门槛过低形象抢注待规范

据记者相识，为了限制歹意抢注形象等现象，国度工商总局早已发文，举高了自然人申请形象的门槛，必须是独立体工商户、农村承包运作户等依法获准从事运作活动的自然人，方可申请注册。

但这道门槛并没有拦住“形象抢注人”的形式。“铁人”形象抢注者之一的李文说，只需申办一个营业执照，或者挂靠在某些运作实体名下，就能够轻易跨过这道门槛。

《形象法》规定，如果注册形象已连续3年停止利用，任何人能够向形象局申请撤销该注册形象，但这同样难不倒抢注者。

据禹奥专利形象事务所翟国彬经理先容，若连续3年未利用的期限顿时来临，抢注者便会在媒体上花较少的费用登载一则带有形象的广告，并解释成“已将形象用于广告宣传、展览”。

而这种取巧的法子也有法可依，根据《形象法实验细则》的界定，形象的利用“包括将形象用于广告宣传、展览……”

对此，翟国彬坦言，要真正让“形象抢注人”无机可乘，除了完美有关条文法规外，最根本的是提高工厂的形象意识。

形象是工厂生计“利器”

工厂注册属于自己的形象最终有哪些甜头？对此，翟国彬经理说，注册人拥有形象专用权，能获得强有力的条文保障，可避免形象遭到侵犯。

“不注册形象的弊病一目了然，工厂未经注册的普通形象不受条文保护，工厂形象相关权益无法得到保障。”翟经理还说，工厂若没有实时注册形象，还会遇到的一种情形是，容易陷入形象贰言或形象争议的泥潭。等到想要注册形象时，很可能由于相同或类似的形象已被申请注册，而无法注册。到那时，想解决这种问题，工厂要投入的精力、财力将难以估量。

翟国彬认为，形象是市场竞争的“利器”，有远见的商家要用形象去开拓和占领市场。大庆市的工厂，应该更好地存着形象，认识到自己形象的意义和价值，保护好自己创下的品牌。

### 保护形象做好“品牌警备战”

3月10日，记者在大庆市工商局形象监管科相识到，截至2011年年底，大庆市共有6574个注册形象，与2010年年底相比增长了几百个。从数字上也能够看出，大庆市工厂对注册形象重视程度在不断提高。

“大庆市有许多农产物工厂，尽管工厂产物的质量好、资本低，有价格优势，然则工厂的发展规模和速率很慢，虽然做了许多，但一直做不大。”市工商局形象监管科工作职员说，出现这种情况的缘由，首要就是这些工厂没形象、没品牌，产物没有受国度条文保护的名称，很难远销。

长一智，长一智。形象监管科工作职员说，一些工厂在运作过程中，也逐渐地认识到了形象的重要性，再加上颠末工商部门的指导，也开始重视起形象，开始申请注册自己的形象了。

对工厂来说，品牌是市场竞争的根本，对品牌的保护一定要引人重视。以前许多工厂，对形象注册和知识产权保护不太相识，总觉得在这方面费钱没需求，结果往往是省了小钱丢了大钱。

近日几场明白昭彰的形象纠纷，堪称提高形象注册和知识产权保护意识的“活教材”，使更多的工厂意识到了重要性，提前做好“品牌警备战”。

记者手记

2012年伊始，留给记者印象最深切的词语就是“形象抢注”。从物到人甚至蔓延到游戏，形象抢注曾经酿成了一种风气。对于任何一个商家来说，形象或者说是知识产权，都是产物的核心价值所在。（记者 庄文伟）

友情链接：[商标转让](#)

来源网络，如有侵权，请联系作者