

“林书豪”被抢注 武汉形象代理产业押宝赌暴发

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的“林书豪”被抢注 武汉形象代理产业押宝赌暴发还是值得关注。风浪人物林书豪被人“夺名”、篮球巨星乔丹与中国公司打起了捍卫姓名的讼事……近日，多个名人形象权之争事件同时爆出，把形象注册这个行业拉入民众视野。 国度工商总局和形象局周边的西城区月坛地区，由于形象代理机构聚集，被业内俗称为“形象一条街”，这里暗藏着一条靠注册形象发家的产业链。 记者颠末一番探访，揭开了这里的神秘之处。 现象 形象一条街 代理机构近百家 记者发现，西城区月坛南街附近不愧为“形象一条街”。在国度工商总局南侧，一抬眼就能看见“形象注册代理”等牌匾广告。 从月坛南街路口向南向北，仅是街面上可见的形象代理机构，就有二三十家之多。 而在附近的月坛大厦、月新大厦等写字楼内，一层大厅的公司指示牌显示，形象代理机构有20多家，大概占公司总数的30%摆布，还没算上一些没有“挂牌”的小公司。 记者粗算下来，月坛地区少说也有近百家形象代理商聚集。 记者从国度工商总局形象局相识到，目前全国有6000多家形象代理机构，武汉共有1527家，大多数集中在月坛周边。 林书豪火了跟风注册变多 林书豪“前脚”在美国的篮球赛场上火了，立刻爆出他的名字已被一家中国公司注册为运动品牌的消息。“形象一条街”立刻出现了多量跟风注册者。 月坛南街一代理公司负责人李铭铭告诉记者，近日，他们公司每天至少接待七八拨征询者，“每次一有什么明星火了，肯定就有人来跟风注册。” “林书豪”这股势头持续已一个多月，跟风者的热情仍然有增无减。 探秘 抢注形象花费千元一年搞定 着实抢注形象早已不是新闻，但如果不是近日这股子名人形象权的风，注册形象这个行业不会被放到聚光灯下。 据相识，申请注册形象，从申请开始，到胜利拿下形象，至少也要一两年。为了节省时间且提高效率，大多数人选择代理机构完成。据这些代理公司称，全国每年有100多万件形象，基本都是在代理机构的“接济”才申请下来的。 除了时间快，还有就是近似形象、申请形象有人提出贰言的，许多“手段”也需要代理机构完成。而代理费用并不昂贵，通常在1000元上下。 在月坛西街的一家代理公司内，营业经理林教师曾经从业3年多时间。他承诺一年就能够“拿下”形象，比其他公司“都快”。 眼光独到两年前看准林书豪 林经理说，每个形象的代理费虽在千元上下，但这仅仅是“辛苦钱”。 如果能提前抢注一个形象在手，等待机缘成熟再卖掉，这才是代理人梦寐以求的欲望。但这需要独到的眼光，由于必须提前一年就得“预测”这自我能火，抢先注册。 本日上午，记者联系到抢注到“林书豪”形象的无锡日升体育用品有限公司总经理虞敏洁，她刚从美国归来，特地去看了林书豪打球。 虞敏洁是通过无锡本地一家代理公司摒挡的“林书豪”形象注册申请。 此前，由于从别人手中买了“易建联”形象，尝到了名人形象的甜头，才促使虞敏洁起了自己抢注名人形象的念头。 她自称是哈佛大学的铁杆“粉丝”，因从事体育用品生产行业，对于哈佛的体育队伍非常存眷。两年多前，偶然看到哈佛大学篮球队的队长林书豪，他不只球

技超卓且是华裔学生，立刻想到个中可能存在巨大“潜力”。她透露，目前自己公司生产的“林书豪”牌篮球刚开始接受预订，价格在50元摆布。对于网传有人想以数千万元购买“林书豪”形象权一事，她承认确实有人来买，但不肯透露价格，而且也没透露是否会打算把形象转让。据业内子士说，在国内形象注册费约1000元，加上代理费，共需约2000元。遇到像“林书豪”这样的潜力股，如果转让，拿到几千万收益也并非天方夜谭。没注册原名“擦边球”也受宠，但拥有“章鱼保罗”般神准预测的终究是少数，还有一些人玩儿的是技术含量较低的操作模式，跟风打擦边球。代理公司老板李铭铭向记者透露，虽然林书豪曾经被注册了，但“林书豪情”“玉林书豪”这样的名称近日也有人在动生理。申请者表示，想把这样的形象用作文具或者饮料名称。国度工商总局形象局下设的“中国形象网”，是该局地下盘问注册形象事宜的行政信息官方网站。记者在该网站盘问发现，虽然“姚明”、“章子怡”等著名形象已被注册，但涓滴没有阻挡大家沾边儿的热情。“章子怡儿”、“赵薇格格”、“姚明天下”、“姚明火箭”多个相关的形象也曾经被注册。“元老”抖料 林元（化名），这个行业里的元老级人物，靠抢注形象掘得了创业的第一桶金。如今他已在武汉有了两家公司，包括一家专门代理形象的公司和一家商贸公司。2008年前后，林元和几个老乡在“前辈”的指点下，一起注册了多个国内跳水名人的服装类形象。随着这几个运倡议的名气大涨，他胜利“入行”。七八个形象全部转让给义乌的厂家，赚得了至少50万元以上的原始资金。透过与林元的对话，记者看到抢注形象私下的一条产业链。

好比股票 形象也搞潜力股 法制晚报（以下简称FW）：名人形象日常能卖多少钱？林元：如果买家一开始就暴露出想把形象做成国外品牌的话，那卖家的开价就没谱了，几千万也有可能。反过来，如果买家假装就想买个牌子做实体，那价格不会太高。FW：什么样的形象能赚钱？林元：形象也和股票差不多，要搞潜力股。等到人家火了，你再去注册，那肯定就晚了。所以选择形象很关键。日常来说，选择形象以行业划分，社会科学、文体明星比自然科学好。比如，搞科研的人，你要多久才能闻名？而社科和文体明星，很容易由于一场角逐、一首歌曲、一篇文章突然就火了。FW：社会科学和自然科学你们也钻研？林元：（嘿嘿地笑）自然科学不懂，所以文体明星更容易钻研。日常来说，国内近几年的值钱形象，多数还是以明星居多。这些门槛低，钻研起来也简单。FW：选择明星有没有技巧？林元：靠趋向吧。比如林书豪，实际上这个老板（持有形象的工厂）就是这样。大家都眼红他赚了多少钱，却看不到他的独到眼光。这个老板一直是体育迷，对体育界很相识，然后分红几个板块来钻研。如田径、球类等等。但要是看走眼了？既得搭时间又得赔钱。

形象买家 江浙一带公司多 FW：值钱形象需囤多久能卖？林元：在我们眼里，形象不能长期投资，就是要炒起来投机的。拿到一个值钱形象，一直不肯卖，总希望再涨，就会错过最佳机缘。只有不贪，自己驾驭机缘，差不多就卖出去，然后再去探求下一个。FW：日常都卖给谁？林元：有的是搞实体的工厂，买得手后确实有产物生产。也有经纪公司一起炒作，为了避免未来的麻烦，买得手后图安全的。但从地域来看，还是江浙一带多，日常都是有脑壳的公司，买得手后赶紧酿成产物，疾速赢利。然后，等明星闻名了，如果形象被要回去的话，钱也赚到了。不过，各个公司不同，有的明星闻名了，后面的运作团队程度不一样。有的能把品牌运作好，

搞起来，有的就不行，没有起来的机会。好像客岁朝阳阳刚也注册了形象，但目前来看，好像没运作胜利。FW：你怎么看这一行？林元：我觉得像击鼓传花。我们没有实体公司做产物。自己注册的形象要么卖个好价钱传出去，要么留到最后可能就赔了。尽量留到最后，还有可能遇到对方背景深的，和你打讼事，再把形象抢走了，竹篮打水一场空。条文规定“被”注册形象法上行得通 武汉华伦状师事务所黄莉凌状师表示，条文规定，姓名是人的财产权益之一，包括能够许可别人用姓名作为形象、宣传形象等，并以此赢利的权益。冒用、盗用别人姓名作为注册形象，既侵犯该人的人格权，也侵犯其经济权益，都该当进行赔偿。但实际情况是，国内许多明星被注册成形象，但并非都是明星自己所有，申请人也并非明星自己。为何会有这样的怪相迸发呢？其症结是，形象法没有禁止利用其别人的姓名注册形象。若有人注册“林书豪”为形象，如果林自己对此不持贰言，则通盘行得通。尽量林书豪提出贰言，若注册方能够举证证明，该形象姓名是其别人的姓名（即有其他重名的人），那自我也同意被注册，日常也不该认定其侵权。如此种种，使得“名人”捍卫姓名权较难。这些形象代理人也正是钻了这个空子。 ■国外借鉴 在法国，利用别人姓名时，在公益领域没有限制，但以营利为目的，未经自己同意的，视为侵权。日本形象法规定，仅由无数的姓所形成的形象不能获得注册。此外，含有别人的肖像或者别人的姓名或名称或著名的又名、艺名或笔名或著名简称的形象，也不能进行形象注册。（在征得自己同意的情况下除外）美国形象法则规定，在未经自己书面同意的情况下利用某活着者的姓名、肖像或签字，不予注册形象。但因美国是判例法国度，在具体诉讼中，判例结果会有不同。但其更倾向于保护“形象”利用者，尽量没有注册，但已长期利用，也会得到支持。 ■近期案例 林书豪：他于2011年年底崛起，但其名“Jeremy S.H.L 林书豪”早在2010年7月26日就被江苏无锡一家体育用品公司申请注册，适用运动球、玩具、钓具等。同时注册的还包括服装类形象。乔丹：早在2002年之前，迈克尔·乔丹（Michael Jordan）的名字就被申请注册。日前，他以自我名义起诉乔丹体育股份有限公司侵犯其姓名权。 本版文/记者成怀喜训练生范博涛新闻观察员李明 .

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者