

抢注形象 并非手脚快就暴赚

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的抢注形象 并非手脚快就暴赚还是值得关注。

近日，在知识产权领域，两件大事令人印象深刻。一边是深圳唯冠和苹果公司关于iPad形象的争夺案闹得沸沸扬扬一边是无锡日升体育用品有限公司以4460元注册胜利“林书豪”形象的志自豪满。

形象作为无形资产，逐渐成为工厂争夺的重要资源。环绕争夺私下，也降生了“职业形象注册人”这样一个隐匿的新“三十六行”。这真是一个“暴赚”的行业么，隐匿在水面之下的冰山的另一端是什么样子？近日，一位从业10多年的职业形象注册人对此起底。

一个职业注册人的降生

探求职业形象注册人并不容易。记者多方辗转，最终在百度形象贴吧上看到一则形象转让启事，在这则启事里，马教师将“财运来”白酒形象叫出了60万的价码。

山东聊城东昌府区某工厂管理征询公司负责人马教师，作为职业形象注册人，已“混迹”10多年。

1999年，在聊城一家状师事务所工作的马教师开始接触知识产权方面的案子，在代理案件的过程中，他越来越多地意识到，形象作为一家工厂品牌的门面和根基，直接影响到产物的形象和成长。此时，大多数工厂尚未意识到知识产权的重要性，往往煞费苦心想到了一个形象，却由于没有注册而并未真正意义上获得形象的所有权和利用权。

马教师开始做起形象的生意。

马教师进入这个行业之初，就是尽人皆知造访工厂，普及形象的重要性，然后接济工厂申请形象，一个形象的代理费大概是600元。“记得有一次，工厂提出，形象的名字和图案都需要由我们来设计。我冥思苦想了整整3个月，最后终于想到了两个形象，注册胜利后仍然只获得了600元一个的代理费。”

这样的无法，随着2001年底新修改的《形象法》出台而找到了出口。按该规定，自然人也可通过正当注册

程序拥有形象所有权。马教师于是辞去了状师事务所的工作。

“没事的时候多想几个好名字，卖给工厂，这样一来，自己的创意也能直接转化为利润了。”马教师说。

据重庆某知识产权服务中心主任陈晓葵透露，大多数职业形象注册人的前身，都是从事形象代理的专业人士。

形象生意是押宝游戏

这个职业看似光鲜。

2008年，马教师在山东阳谷花费2500元买下了名为“景阳冈”的闲置面粉形象，转手卖了15000元。“之所以看中这个形象，是由于鲁西是全国最大的小麦种植基地之一，面粉这个行业肯定会鼓起来，再加上景阳冈是全国老百姓都熟知的名字。”

现实上，近年来，从同仁堂到遥想，从海信到索爱……每起形象争夺案中都不难看到职业形象注册人的身影，且每一宗形象案中动辄高达数百万元的标的，向民众呈现出来的近似一种“空手套白狼”的买卖。是否真如大众所闻，“左手进右手出”都能轻易赚得盆满钵满？

“动不动就说一个形象价值百万千万则绝对是玩笑。”马教师坦言。

从业10多年，从马教师手上卖出去的最贵的形象也不过几万元。除非是抢注大型知名工厂正在利用的形象能叫到比较高的价码之外，按照目前的时值，一个普通形象大概为5000—10000元。

据业内人士透露，如广州洋智般手握1000多个形象的大型形象代理公司，每年在形象买卖方面的收益也不过500万元摆布，而要注册1000个形象需要花费的申请费用就高达百万元，况且作为独立体存在的职业形象注册人。

陈晓葵也证明，“即就是在职业形象注册领域最繁荣的时期，一个形象最多也就卖到几万块钱。”

陈晓葵透露，就整个职业形象注册人群体而言，更多的还是陷在手握形象卖不出去的尴尬境地。

在马教师看来，对于大多数职业形象注册人而言，需要的赓续都是足够的耐性。许多人终其毕生都难以遇到一个能申请胜利的天价形象，而通常情况下，一宗形象买卖的利润基本上都维持在3000元摆布。“一个形象的价值几乎通盘取决于工厂的爱慕，这一点也决定了形象生意业务的不确定性。”马教师说。

尽管这样的好事熟手业内难得一见，但对于绝大多数职业形象注册人而言，更像是一场刺激的押宝游戏。

而且，游戏规则也繁复。但就陈晓葵看来，且不说知名工厂本身对于形象的重视性，单论形象主管部门会不会批下来都是个问题。

要获取这样的形象又谈何容易。

马教师透露，在2005年至2010年期间，一个形象申请胜利需3年摆布，即就是2010年之后流程有所简化，也需要等待14个月摆布。

重庆工厂曾买过形象

职业形象注册人，始终遮着一层面纱，看不见，却有时出现在身边。

陈晓葵说，至于这个群体究竟有多大，每年的生意业务量是多少，“实在无从得知，由于一直都是在“面下”操作。”

据陈晓葵透露，2010年，重庆小天鹅集团总裁何永智曾花费50000元，从重庆一名职业形象注册人手中买回了“洪崖洞”形象所有权。

陈晓葵还先容了另外一个案例，在未几前，武汉一家公司抢注了重庆某大型机械生产商的形象，最终该生产商花费了300万元巨资赎回。

纵深

形象被抢注工厂怎么办

无论如何，职业形象注册人的出现，还是招致了不少工厂遭遇形象被抢的尴尬处境。一旦工厂面临形象被抢，该当如何要回形象？

西南政法大学知识产权专家邓宏光表示，工厂形象一旦遭遇抢注，除了费钱把形象买改行之外，相关条文法规或能接济工厂实现维权。

比如，按照《形象法》第三十一条规定，申请形象注册不得损害别人现有的在先权益，也不得以不正当手段抢先注册别人曾经利用并有一定影响的形象。以及《形象法》第四十一条规定，曾经注册的形象，如果违背了《形象法》其他部分条目规定的，都能够请求形象评审委员会作出裁定。

尽管如此，在邓宏光看来，我国现行条文在形象注册这一块还存在缺失。比如在构建在先权制订方面，“目前在许多国度都有规定，关于形象利用该当将汗青以及实际的情况考虑在内，遗憾的是，我国现行《形象法》尚无这方面的考虑。还有对于那些注册而不利用的形象，从条文上也该当区别看待。”

邓宏光认为，在现行司法环境下，工厂如想规避形象被抢注的情况发生，最根本的还需要防患于未然，提高条文意识，从一开始就自发为自己的品牌加上一个条文上的保障。

链接

近年来形象被抢注的典型案例

同仁堂1989年，武汉市药材公司发现其“同仁堂”形象在日本被抢注。该公司遂以“同仁堂”为民众熟知的驰名形象为由，请求日本特许厅撤销该不当注册的形象，日本要求提交“同仁堂”系我国驰名形象的证明文件。为了保护我国形象在他国的正当权益，形象局在作了广泛的社会考察之后，于1989年正式认定“同仁堂”形象为我国驰名形象。这是形象局认定的国内第一件驰名形象。

遥想2001年，遥想开始寰球化发展形式，却发现遥想的英文名Legend在寰球竟被100多家公司注册过形象，行业遍及文娱、汽车等。据传，遥想试着在欧洲买了两个改行，但很快发现，要和寰球100多家公司去谈。2003年4月28日，遥想无法之下，揭篥花费巨资更换“Legend”为“lenovo”。(任忠君) .

友情链接：[商标转让](#)

来源网络，如有侵权，请联系作者