

“贺岁烟花”被上栗抢注飞鹰烟花踏上“夺标”之旅

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的“贺岁烟花”被上栗抢注飞鹰烟花踏上“夺标”之旅还是值得关注。当苹果公司与唯冠拉开iPad形象大战，做球鞋的“乔丹”又遭到了球星乔丹的控诉，美国NBA球员林书豪的名字再次点燃了形象之争。与当前热点的“形象之战”所相同的是，花炮行业也顿时扮装一场形象争夺之战。

“贺岁烟花”被上栗抢注 2011年6月，一个消息让湖南省浏阳市飞鹰烟花集团有限公司董事长黄文辉为之一惊，正筹备将自己开发了5年的“贺岁烟花”产物名称进行注册之时，意外发现该形象早已被上栗一家公司所注册。“没想到做了多年的贺岁烟花，居然被江西人给抢注了。”谈及此事，黄文辉极度末路怒。着实，早在2006年，黄文辉的飞鹰烟花就开始着手“中国贺岁烟花”的生产。黄文辉说，生产“贺岁烟花”，首要有三个目的：一是让国度有关部委加深对浏阳花炮的认识；二是成为浏阳花炮高品位产物的样品；三是通过研发高品位产物提升烟花附加值。“通过这方面的调整，公司客户不断增多。贺岁烟花年产值以每年30%的速率递增，从2006年的几十万到现在有数百万。”着手筹备形象争夺之战 作为最早一家开始生产“贺岁烟花”的公司，飞鹰烟花到目前曾经有近6年汗青，而从其开始着手“贺岁烟花”以来，浏阳已有多家花炮公司生产“贺岁烟花”。“‘贺岁烟花’被抢注不只是我们一家公司的问题，而是整个行业的问题。”黄文辉对于“贺岁烟花”被上栗抢注感到担心：首先会激起讼事使工厂遭到经济损失；其次，制约工厂市场开拓；再次，对工厂长远发展晦气。目前，黄文辉聘请长沙一家形象代理公司专门负责此事，该公司给出了几条对策：根据《形象法》，在形象注册5年内提出争议；拿出优先于其生产的有力证据；申请因连续三年未利用之撤销申请；向国度形象总局提出暂停利用“贺岁烟花”形象的诉求。黄文辉说，上栗那家花炮公司的网站暂时没有对贺岁烟花进行宣传，提前筹备很有需求。呼吁行业增强品牌意识 “这个事件的发生，让我们敲响警钟，希望行业内要增强知识产权保护，有更新的理念，顺应现代经济发展轨迹和潮流。”黄文辉说，在花炮行业内，浏阳烟花遭遇知识产权、工厂形象等被强行申请专利和注册的事情时有发生，首要源于工厂的形象意识不足。在商言商，形象权作为知识产权的一种，本质上是一种财产权，也是除关税、专利外非贸易性壁垒之后的又一种市场竞争策略。工厂在做规划时就应该对自己的形象保护作出一定的预判，假如是自己看重的形象，通盘能够提前注册或者通过代理人完成业务。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者