

从商标注册到“品牌高级管家”

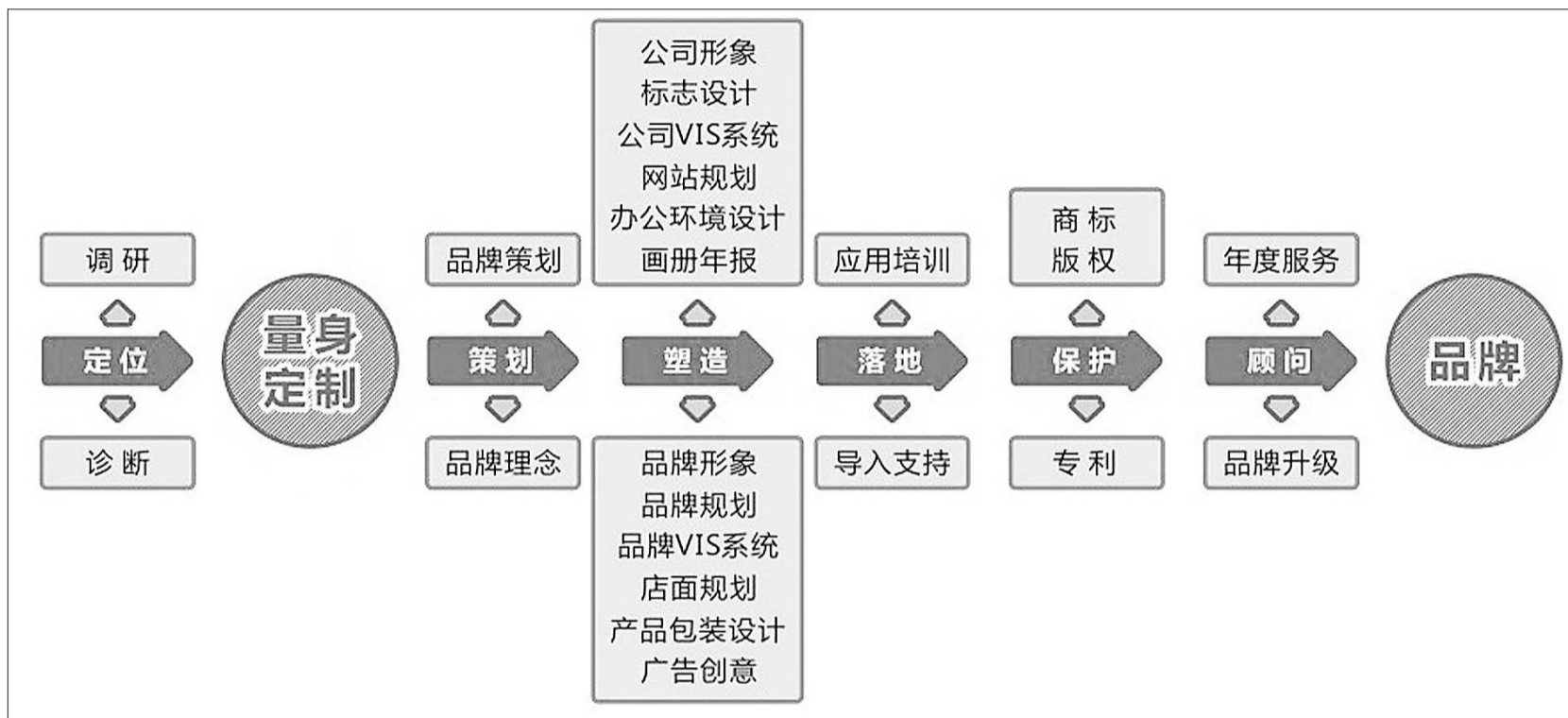
20年,300余大品牌“赖”上千慧

你的商标安全吗?你的商标、专利使用规范吗?你知道你的竞争对手在模仿抄袭你吗?你要进军国际市场发现自己的品牌不能用了,该怎么办?从一家企业注册成立开始,上述问题便可能出现在企业发展的各个阶段。

“企业品牌保护一定要产品未动、商标先行,仅仅注册还不够,必须系统保护,提前预知并防范风险,并且通过商标、专利等知识产权资产的深度开发实现最大限度的增值。”在山东第一代商标人、我省首家著名商标企业——山东千慧知识产权代理有限公司董事长李侠看来,无论大小企业,对品牌保护及管理的需求日益增加,以千慧为代表的知识产权代理行业正从最简单的商标注册向品牌服务管家模式转变,依靠20年积累的人才团队优势,迄今为止累计客户总量已超过5万家,业务代理量达30多万件,使企业免除侵权诉讼,抢占竞争对手先机,助推企业多元化和国际化。其中,300余家大品牌更是因为长期离不开其专业到位的服务,而“赖”上了千慧。



转型突围·鲁企正能量



本报记者 马绍栋

帮企业随时清理“隐性炸弹”

“实践中我们接触的很多企业都不重视知识产权保护,总觉得用不到,其实在知识产权保护比较发达的国家奉行的理念就是:产品未动,商标先行,如果不提前保护预防,而是将来出了问题再去追回,那损失的不仅仅是金钱。”一谈起当前国内企业商标及知识产权保护的现状,李侠的语气显得十分忧虑。

作为我省首家著名商标企业,从2002年起,千慧的商标业务量就居全省第一,正是因为处在行业的领军位置,对一些企业保护意识淡薄的问题就更加担忧。“就我们的了解,山东大多数企业仍然只是知道知识产权保护这个概念,但对品牌战略的思维观念和处置方法都不清楚。100家企业中能有1家有专人负责知识产权和品牌保护工作的就不错了,剩下的要么是其他人兼职,要么直接没有人负责。”

这种保护意识缺乏导致企业在发展过程中经常遭遇不定时的“隐性炸弹”。尤其是随着全球一体化的到来,国际贸易行为越发频繁,国内的企业也在陆续走出去。“国外商标注册已演化为贸易壁垒的手段,为了阻止你的商品进入市场,先把你的品牌注册了,让你此前品牌培植所做的努力大打折扣。”

“海信当年进军德国就吃过亏。”李侠举例说,由于西门子公司提前注册了海信的商标,导致海信光打官司就花了不少时间,后来甚至上升至国家层面,惊动外交部门出面交涉,几经周折最终双方达成和解。“最终结果看似不错,可你想想没有,在这期间海信的产品是无法进入德国市场的,否则就面临高额的侵权处罚。而且组建律师团赴欧洲花费不止几百万人民币,而注册一个商标也就1万多块钱,覆盖

100多个国家也才十几万。如果这些保护工作提前做了,就不至于事到临头这么被动。”

李侠建议,随着跨国经营行为日渐频繁,抢注商标的行为也渐成趋势。目前中国出口国外的名牌20%被国外抢注,就是专门针对中国企业品牌意识的淡薄。

“比如中烟作为我们的客户,有一次就做了件非常惊险的事。”李侠介绍说,为取得更好的社会传播效果,中烟重新设计了自己产品的包装,此时千慧提出在印刷前先查验一下方案是否规范。结果该包装和其他公司的一款产品高度雷同。“我们马上就给中烟提出了建议,立即终止使用,对方一看很有道理,就采纳了建议决定重新设计。如果不提前审查一下,印刷费用就白扔进去了。此事之后,中烟每次换标或包装都要先请我们做咨询。”

从注册到使用到增值“管全程”

1992年,千慧的前身济南市商标事务所由国家工商行政管理总局授权成立,是中国政府首批认可的全国百家商标代理机构之一。当时的业务只是简单的商标注册和认证,由于行业门槛低,省内同类别的商标代理企业蜂拥而入,原本就不高的代理费遭遇一轮接一轮价格战的挤压,在这种背景下,李侠毅然决定转型高端,提供商标、专利、版权等打包综合服务。

“原来我们的服务单一,社会对我们的认知还停留在‘代办商标注册’的层面,我们现在的理念就是把平面立体起来,以商标注册为基础,将商标设计、VI设计、保护、管理、后期法律服务全部包含在内,形成一个闭环的环状流程。”李侠说。

在李侠看来,由于这一行对

人员要求较高,发展到一定规模的企业存在大量的商标、专利需要专人管理维护,而养这些人的成本很高,那么不如让千慧介入,企业把商标、专利、版权等一系列无形资产的管理运营外包给千慧。“原来你有需求找我,我根据你的想法来做业务。现在服务前置了,从被动到主动,无形资产保护需求每个企业都有,但有些问题你可能是不知道的,我们提前介入,像老中医一样把脉。”

“鲁泰纺织就是最好的例子,他们直接把企业所有知识产权的档案全部托管在我们这里。”千慧知识产权代理有限公司高级法律顾问赵玉刚告诉记者,千慧把之前其他机构做的鲁泰知识产权档案都做了规整。“他们名下有哪些商标专利,保

护状态如何,下一步可以发展哪个,我们都如数家珍。后来很多大客户对我们产生了依赖,档案都放在我们这,包括注册证、注册过程、案件证据材料,有的托管已达十年以上。”赵玉刚说,像这种接受常年品牌管家式服务的大客户至少有300家,而且基本都是在行业内具有影响力的知名企业。

赵玉刚介绍,在品牌高级管家模式下,千慧提供的不仅仅是打官司,而是涉及到知识产权体系如何建立,商标、专利、版权如何架构,哪些需要做保护,公司内部使用商标需走什么流程,相关专业人员培训,包括企业高层知识产权战略培训,企业用知识产权进行融资经营,这些都需要专业的知识产权团队来完成。

20年铸就“行业最专业团队”

“其实现在每个企业都需要这种管家式服务,而且很多中介机构也想到了这个模式,可想到未必能做到,其中最大的障碍就是专业的人才团队培养,而这正是千慧20年所积累的最大优势。”李侠表示,知识产权工作看上去很简单,实际门槛很高,核心表现就是人才。

一个普通业务周期至少得一年,复杂点的,从申请到诉讼可能要5年到8年,而专业人才的成熟又一定要经过这个过程。比如商标注册,异议复审,再诉讼一审、二审,所有程序走完最长能历经10年,这导致这个行业人才培养十分漫长,人才成本很高。

2006年,浪潮为推进全球化战略,开始实施“全球换标”。可当时浪潮的一些商标设计在国外已经有人使用了,于是它请全球知名公司做设计,千慧则配合全球换标工作,整个过程历时一年才完成。“要在100多个目标国家注册,每个国家要看哪个注册成功率最高,还不和当地风土人情、风俗习惯冲突,这对人才要求非常高,我们专业的涉外商标注册人员必须同时具备法律和外语的学历背景,这样才能最有效率的开展工作。”

“孔府家就是使用的我们

的顾问式服务,该企业商标、专利非常多,管理需求巨大;此外,越是知名的企业,抄袭模仿傍名牌的就越多,更需要专业人员去替它打理。”赵玉刚介绍说,每隔两个月他都会带领同事上门服务一次。其中核心内容是出具知识产权保护季度报告,其中涉及到孔府家当前商标专利保护等方面的不足、竞争对手商标使用情况监控以及相关建议。

“曲阜以孔子文化为主打的小型酒厂非常多,孔府家的行业地位导致小酒厂会不断对它进行模仿抄袭。”赵玉刚说,一有小企业模仿,他们就会出具法律意见,包括怎么保留证据,怎么取证,怎么维权,让孔府家做好品牌防控工作。

“其实品牌保护一定要根据企业战略规划进行,提前制定商标保护和管理使用方案,而不是等到出问题了,出诉讼问题发生,帮企业管控品牌,而不是应急处理问题。”李侠说,现在很多企业抱有“外来和尚好念经”的观念,总觉得在北京的事务所离相关政府部门近更容易办理业务,其实这完全是一个误区。那些事务所不可能从北京来到企业做贴身服务,而山东当地专业化的机构完全可以提供一体化服务,过度迷信外地事务所最终吃亏的还是企业。



讲品牌故事 悟成功背后
探产业路径 育品牌经济
齐鲁晚报李岩侠品牌工作室策划

品牌企业QQ群:283169672 主持人:李岩侠
18678859550 邮箱:qwblyx@qq.com