

奥运新贵商标多被抢注

本人多不知情,如何保护权利

“林丹”牌猪饲料、“叶诗文”牌内衣、“孙杨”牌衬衫……在国家商标局主办的“中国商标网”上,可以查询到以奥运明星的姓名作为名称的商标比比皆是,这些商标有的尚在审核过程中,有的已经通过初审,也有的已经被注册成功。



“新贵”孙杨、叶诗文遭商家抢注

通过国家工商总局商标局主办的在线查询商标注册信息网站“中国商标网”可以查询到,在伦敦奥运会上大红大紫的游泳冠军“孙杨”已经于去年8月30日被申请为注册商标,申请人是位于河南郑州的“河南鸿盛健康产业服务有限公司”,该商标拟用于“衬衫、运动衫、游泳衣等”商品,但该商标目前尚未通过初审。

而另一名游泳冠军叶诗文的名字的注册商标申请则已于今年7月20日通过初审,进入3个月的公告期,如果在此期间未接到异议,则将成为“成都花博卉园艺有限公司”的正式注册商标,用于“泳裤、内衣等”商品。不过,这项申请于8月6日“收到异议申请或

补充材料”,目前处于“待审”状态。

近日,负责代理申请“叶诗文”商标的成都蓉信知识产权代理有限公司的工作人员告诉记者,去年开始受理申请人的申请要求,随后向国家商标局递交各种申请材料,这中间的过程并不复杂。“当时叶诗文并不算很出名,现在回想起来,这家公司太有远见了。”上述人士称。

注册“叶诗文”商标的园艺公司老板陈先生则表示,自己是一名刚创业不久的大学毕业生,注册并非恶意。他是在2010年亚运会上得知叶诗文的名字,觉得当时14岁的她很了不起,于是总共花2000元钱委托代理公司申请注册,没想到国家商标局正好在奥运会开幕前公布了初审通过的结果。陈先生表示,如果最终注册成功愿无偿把商标送给叶诗文。

林丹成为被注册商标“冠军”

在奥运明星中,以林丹的名字作为注册商标的最多,当之无愧成为被注册商标的“冠军”。在中国商标网上搜索以“林丹”为名称的注册商标,共有54条记录,包括动物饲料、服装、文具、运动器材等,除少部分商标已经过期外,大多数仍处于有效期内。其中,申请人“林丹5305742”申请成功了这54项中的45项。

而能查询到43次记录的“刘翔”则位列“亚军”,包括服装、运动用品、饮料、运动鞋等,申请人五花八门,其中来自上海市普陀区真北路1902弄的申请人“刘翔”很可能就是刘翔本人,他申请的商标种类包括饮料、餐厅、基金会等。

奥运冠军可提出撤销程序

中国政法大学知识产权中心研究员赵占领表示,此次不少奥运明星被抢注为商标的做法之所以能够成功与现行的商标注册制度有关,按照申请在先原则,先提出注册申请的人一般能先获得商标。

奥运明星的名字被各商家抢注,这些不知情的奥运明星是否还有挽回余地?赵占领认为,商标法规定了对姓名权的保护,申请注册商标不能损害别人已有的在先权利。普通人包括奥运冠军,可以通过两种方式保护自己的权利,首先可以通过初审后三个月的公告期内提出异议,即使错过了这三个月,也可以在商标注册成功之后提出撤销程序。

据《北京青年报》

体育明星新书热销

出版商大笑:赌赢啦

在前些天进行的林丹首部自传《直到世界尽头》签约活动中,连续3个小时的签售,林丹总会抬头对读者报以微笑。王府井书店的工作人员说,签售见多了,但像这种方式对待读者的却不多见。

就在林丹以微笑面对读者的时候,林丹新书销售数字足以让出版方大笑。8月5日,在林丹夺得伦敦奥运会羽毛球单打冠军2小时40分钟后,24时,《直到世界尽头》即在当当网、京东商城、卓越网高调首发,短短2小时销售已达上万册,创下国内体育明星类传记销售纪录。近日该书出版方透露,目前网上每日销售也有3000册左右,10万册的首印量已全部发往全国各地。

奥运成绩左右新书命运

曾经策划出版《诛仙》等诸多畅销书的北京磨铁图书有限公司,是《直到世界尽头》的始作俑者,该公司一位工作人员说:“一年前,就有为林丹出书的想法。”磨铁公司找到了林丹,但是那个时候林丹并没有想过自传怎么写。直到今年1月,双方才签下出版合同。

伦敦奥运会,林丹与李宗伟终极对决,就在林丹赢得比赛不到半小时后,磨铁公司总经理沈浩波发了一条微博:“我是地球上最希望林丹赢的人之一。林丹的

自传《直到世界尽头》签约我公司,今晚9点半首发……终于可以把林丹自传的网络海报发出来了!”

李娜自传《独自上场》原定于8月20日左右面世,为了抢搭奥运会顺风车,该书从奥运会前夕就开始在网上预售,本月10日已有读者拿到了新书。但是,孰料李娜提早结束奥运之旅,其自传的预售也大受影响。在当当网的读者反馈中,仅有3条李娜自传的评论,远远低于林丹自传408条反馈信息。另据相关人士透露,李娜自传原本是中信出版社年度重点书,因为李娜此次失利,预先安排的一些营销计划不得不有所调整。

“体育明星出书,能把明星光环转化成商业优势,为自己的名声加分,为出版社带来机会。”但中央编译出版社总编辑刘明清坦言,长久以来,体育明星类图书太强调商业化,也容易被书之外的因素所左右,很难成精品。

国内尚缺乏优质体育偶像

给体育明星出书,对出版社而言其实压力巨大。一位业内人士透露,出版社不仅要付出高额版税,而且要紧紧抓住营销时机,比如一些重大体育赛事,否则功亏一篑。因此做这类书的出版机构其实都提心吊胆。



即便这样,出版机构依然趋之若鹜,到处争夺体育明星出版资源。“这与出版界普遍存在选题荒有关,一般图书卖三四千册,而体育明星类的图书趁着热乎劲儿怎么也卖上万册,所以出版社往往会像押宝一样去出书。”阎向东说。

不过,北京出版集团人文社科事业部总经理安东直言:“体育明星图书读者群有个特殊的氛围,他们都是体育迷,把他们有效转化成读者难度很大。”体育迷往往是通过观看体育比赛宣泄一把情感,走出赛场后,情感宣泄完了也就完了,很少有人会细细咀嚼体育比赛背后的内容。资深出版

人黎波也认为:“长期以来,人们更在意体育明星创造辉煌的那一刻,而对其经历、思想并不是很在意。”

此外,尽管国内有不少体育明星,但还是缺乏真正偶像级的人物,这也是体育明星出书面临的一大尴尬。沈浩波分析说:“所谓真正偶像级人物,我认为要有足够的人生经验和阅历,有独特的个性,还要对这个世界有话要说。”因此,今年年初,当他看到林丹出版项目时,有眼前一亮的感觉。“林丹个性强烈,经历了三届奥运会,这些无疑是其他运动员难以比拟的。”

据《北京日报》

卖家“傍”冠军 粉丝不买账

伦敦奥运会中国军团成绩可喜可贺,孙杨、叶诗文作为这次中国军团中热门的运动员,纷纷被淘宝店主相中,成为了各个淘宝店的宠儿。游泳装备、零食,甚至是建材都冠上他们的名讳,不过面对这样的“牵强”式营销,买家并不买账,不少“奥运买卖”的业绩都是零销售。

卖家促销

孙杨成了“大吃货”

孙杨以二金一银一铜,并刷新男子1500米自由泳的世界纪录。孙杨顿时就成了大忙人,游泳眼镜、泳帽这些在奥运会上亮相的“明星”饰品,受到了各大店主的追捧——“100%防水,奥运冠军孙杨专用泳帽”、“孙杨同款游泳眼镜”等。此外外套、T恤、戒指甚至是零食也受到各大店主的青睐。

当打开有关孙杨的淘宝网店铺时,甚至发现了“孙杨狗狗御用狗粮”的字样。不过记者发现这家网店的销售量至今还是零。

叶诗文爱吃坚果

原因是外婆家盛产?

不仅是孙杨,叶诗文等一些奥运冠军也成了各种零食的“代言人”。各种特产小食包括:猪尾巴、牛蹄筋、鹤鹑蛋、绿豆糕、小紫薯、山核桃……加上了“叶诗文最爱的零食”、“易思玲最喜欢的味道”顿时就成了另类的“奥运明星产品”。

面对这些令人起疑的产品,一位买家向卖家提问道,为什么山核桃是叶诗文的最爱。淘宝店主的回答让人哭笑不得:“当然是了,因为她外婆家所在的地方就盛产坚果,大家都爱吃外婆家的东西,不是吗?”记者在淘宝上发现,卖叶诗文最爱坚果的淘宝店不仅仅只有一家,但只有一家包邮的网店销量不错,其余的销售情况都很惨淡。

无厘头网店混搭

粉丝们很生气

易思玲、孙杨、叶诗文现在可真忙呀。“看到淘宝上的商品,网友不由得发出这样的感叹

更有令粉丝们难以接受的是,有些商家竟胡乱“冠名”。在淘宝输入易思玲关键词可找到易思玲最爱的性感睡衣,搜索孙杨竟跳出淑女凉鞋、孙杨最爱女挂脖泳衣……“太过分了,这些商家一看就知道没诚信。”一位淘宝买家告诉记者,作为十足的奥运迷,他认为商家这些乱借奥运生财的宣传更是不负责任的行为。所幸的是,记者发现这些商品的销售量几乎都为零,并没有如商家所愿。