

商标战略再深入 品牌建设再提升

截至去年年底,宁波已有注册商标12.3万余件

“商标战略实施意见、商标三级培育库、星级品牌工作指导站、‘议题管理’监管模式……宁波以商标战略为抓手,在推进品牌大市建设工作中思路超前,举措创新,成效显著。”

通讯员 宣文

政策促引,创牌育牌成绩斐然

推进自主创新建设创新型城市,推进“质优宁波”建设,实施“三名”工程,鼓励行业龙头企业实施品牌战略……

近年来,宁波市委、市政府以及各县(市)区连续下发关于商标品牌建设的政策意见,人大、政协会议及各级经济工作会议言必谈及创牌。

新创牌,商标品牌建设整体氛围浓烈。与此同时,各级各地对创牌育牌的奖励力度不减:除了市级奖励外,鄞州区、象山县、镇海区、保税区、高新区等对驰名商标每件再奖励50万元,部分乡镇、街道也安排专项资金,用于扶持奖励企业商标注册及创牌。

政策促引大大激发了企业

的创牌育牌热情。截至2014年年底,全市已有注册商标12.3万余件;其中,国际注册商标10106件,地理标志达25件,在全省居领先地位;行政认定驰名商标67件,浙江省著名商标560件,宁波市知名商标1187件。以上各项指标全部提前一年完成我市“十二五”商标发展规划所设定的目标。

培训指导,品牌服务趋向常态

日前,宁波市市场监督管理局组建的商标战略实施巡回宣讲团来到奉化,为该市80余家创牌企业和10余家品牌指导站代表传授商标基本知识,讲解商标培育及保护途径等,贴近实际的传授、面对面的互动交流,让参会企业和指导站代表受益匪浅。据悉,这支由商标专业人员及律师组成的巡回宣

讲团将在年内完成对全市各县(市)区的轮训,并将宣讲团的设立常态化。

为完善基层商标指导工作的长效机制,自2012年起,市场监管部门(当时的工商部门)就通过设立于乡镇街道、专业市场、品牌基地、行业协会等的星级品牌工作指导站,发挥其调研员、辅导员、护航员和宣传员的作用,将品牌服

务送进企业,从最基层入手,夯实商标品牌发展基础。

目前,全市共建星级品牌工作指导站71个,覆盖全市近一半乡(镇)、街道,部分县(市)区政府还将指导站建设列入年度考核并出台专项政策,确保指导站工作深入开展。星级品牌指导站建设已成为商标指导的一项全国标杆性工作。

打假护牌,监管机制推陈出新

在全力培育商标品牌的同时,我市市场监管部门还不遗余力强化商标专用权的管理和保护工作,有效预防了行业性、区域性商标侵权事件的发生。自2011年1月到2014年年底,全市共查处商标侵权案件2450余件,涉案金额1.8亿元,移送司法机关55件,罚没金额5300余万元。

“议题管理”模式开展注册商标专用权保护工作

宁波首创,是我市对商标监管长效机制的有效探索和实践。具体而言,即充分利用本部门在登记、监管、案件查处、12315申诉举报等获取的信息资源,结合各地情况,识别、确定重点商品存在的商标侵权或假冒伪劣情况,进行专题研究、部署并开展监管行动,每年着力解决流通领域中某几类商品的问题,并及时总结工作成效,提炼管理经验,在全市市场监管部门实现资源共享,

进而形成全盘滚动式、波浪式的监管态势,实现商标专用权保护工作整体推进的目的。

截至目前,全市开展商标“议题管理”的行政指导127起,处理涉及议题管理的商标侵权案件210起,案值506万元,罚款405万元。2015年,我市已确定了小家电、酒类、洗护用品、水暖洁具、汽车配件等20余项议题,将根据产业分布由各地市场监管部门合力推进。

■相关新闻



“余姚瀑布仙茗”成为宁波首个地理标志证明商标 “母子双商标”策略让茶厂茶农双赢

近日,宁波十二雷茶业有限公司在出产的茶叶包装上以“余姚瀑布仙茗”和“四明十二雷”双商标的形式推销新茶(左图)颇受消费者关注。

“这就是所谓的‘母子双商标’推销策略,其中‘余姚瀑布仙茗’是地理标志证明商标,‘四明十二雷’是企业自有商标。”宁波市市场监管局商标处相关负责人介绍说。

据介绍,作为宁波市第一地理标志证明商标,“余姚瀑布仙茗”自成功注册以来,从原来的工商部门到现在的市场监管部门,积极引导商标所有权人科学规划品牌运作蓝图,如实行标准、品牌、包装和宣传“四统一”,制订和出台质量保证金、商品茶评审、巡回检查等6项管理制度,并形成了完善的品牌质量管理体系和以“协会+会员企业+基地+农户”为模式的组织管理模式。

据介绍,目前,“余姚瀑布仙茗”商标会员单位已发展到46家,拥有3260亩的省级标准化示范茶园1个,产生经济效益的茶园辐射面积达2.6万亩,去年打上该商标的茶叶产量779吨,产值高达1.4亿元,占全余姚茶叶总产值的77.8%。

2009年开始,管理部门尝试实施“母子双商标”策略,即符合条件的茶叶可以在包装上打上该地区特有的“余姚瀑布仙茗”证明商标,同时,还可在包装上打上成员单位自己已经注册的商标。

2009年12月,余姚市沁绿名茶有限公司率先注册“沁绿”商标,并在自己的茶叶上打上了“余姚瀑布仙茗”与“沁绿”两个商标。“借助地理标志证明商标特有的影响力,再打出自己的牌子,我们的茶叶销售量及销售价格同步上升,可谓相辅相成,确实尝到了商标价值的好味道。”

在“沁绿”的带动下,不到两年时间,各成员单位相继注册了“白水缘”、“四窗岩”等20余只商标。对此,该市白水冲茶厂鲁敦潮厂长坦言:“打上‘母子

双商标’后,我们的茶叶每公斤价格要比以前未打商标时高出400元左右;销售价格上去了,茶农收购价自然也提了上去,所以说,商标策略让茶厂和茶农双双都得到了实惠。”

■延伸阅读

地理标志证明商标是某商品来源于某地区,并且该商品的特定质量、信誉或其他特征主要由该地区的自然因素或人文因素所决定的标志。申请地理标志证明商标是目前国际上保护特色产品的一种通行做法。通过申请地理标志证明商标,可以合理、充分地利用与保存自然资源、人文资源和地理遗产,有效地保护优质特色产品和促进特色产业的发展。

通讯员 宣文

“小陈老师”二三事

——记观海卫品牌工作指导站指导员陈桢



陈桢,慈溪市观海卫镇品牌工作指导站专职工作人员,因工作认真负责、真诚热心,被当地企业人员亲切称为“小陈老师”。

观海卫品牌工作指导站成立于2010年9月,为方便工作,指导站刚成立不久,陈桢就创建了以“为了观海卫的美好明天”为服务理念的品牌工作指导站QQ群,然后一个个打电话、发短信给企业负责人或相关工作人员,不厌其烦地介绍、解释指导站的职能以及QQ群的设立初衷及便利之处。不到一月,QQ群人数就达到了600多人。

随后,陈桢收集相关资料,编印了一本品牌工作指导站工作手册,里面

收录了商标申报要求、政府奖励措施、容易侵权的商标以及全市具有相当资质的商标事务所的联系方式。当这本工作手册人手一本发放到企业负责人及相关工作人员手中时,赞誉之词也随之而来:“太好了”、“工作真仔细”、“想得周到到了”……

每年2~6月是宁波市知名商标、浙江省著名商标的申报阶段,也是陈桢最忙的时候。首先,她要提前对照全镇企业产值报表,一家家核对企业的产值,然后打电话、跑企

业,多方调查摸底,寻找自己心中的“品牌申报种子选手”。然后把企业交上来的资料按申报要求进行排版、校对。也就是说,申报企业只要按要求将材料收集准备齐全,然后通过QQ发给陈桢,几天之后,她就会把修改好的内容反馈给企业,而企业需要做的基本就只剩下打印、装订、盖章三件事了。因为,陈桢已经把最后一件——资料上交市局的工作也包下了。

“有了小陈老师,我们真是太省事了。”刚刚获知自己企业申报市知名商标的材料

已顺利上报到市局,慈溪宏一电子有限公司的马主任由衷感叹。对于大家的感激,陈桢说:“这并没有什么。很多企业没有专职的品牌工作人员,更没有申报经验,对申报资料的内容准确性把握不是很好。我熟悉申报情况,抽出时间将材料作修改和完善,省得企业来回跑。”

观海卫镇有很多生产电源连接器的企业,规模有大有小,品牌更是五花八门。为帮助企业从整体上提升品牌形象,陈桢与慈溪市电源连接器协会进行沟通,建议申报一个集体商标。

“从名称的确定到商标的设计,再到各个企业征求意见,小陈老师不知道跑了多少趟企业,改了多少设计稿,好不容易才确定‘慈连’这个商标设计。”慈溪市电源连接器协会负责人说,因为他们没有申请集体商标的经验,陈桢专门带着协会的工作人员跑到商标代理专业机构请教,加班加点忙了一个多月才把材料寄了出去。

日前,申报省级品牌基地已提上议事日程,陈桢又开始了新一轮的忙碌。

通讯员 宣文