

本报讯

（记者许步伟）为给全省各级政府和部门决策施政提供需求的情况参考，为江苏工厂灵活实验形象战略提供基础性的智力支持，促进全省形象事业的深入发展，放慢全省向知识经济转型的形式，由江苏省工商局编写的第一部系统先容全省形象发展和保护的专业请示—2007年度《江苏形象发展请示》日前正式出炉。

请示显示，2007年，江苏全省新申请形象注册42399件。截至2007年底，江苏全省共有国内注册形象20.58万件，与上年同期相比增长9.95%。2000年至2003年，江苏形象注册数量呈迅猛增长态势，注册形象增长幅度在全国首要省份中位列第一；2004年至2007年，全省形象注册数呈良性的波动发展态势。

从形象申请、注册的地域漫衍来看，2007年，形象申请数排名前三位的省辖市依次是：苏州9商标转让 入驻天猫708件、无锡7183件、南京509件。形象注册数排名前三位的省辖市依次是：苏州4422件、无锡3048件、南京2552件。

此外，2007年，江苏全省有16件形象被国度工商总局认定为驰名形象。截至2007年底，江苏的驰名形象总数已达79件。2007年，共有1006件形象报认定江苏省著名形象，781件形象被认定为江苏省著名形象。个中，再认定482件，新认定299件。截至2007年底，江苏全省著名形象总数为1617。

同时，请示对2007年底前国度工商总局认定的驰名形象工厂问卷考察反映，77家驰名形象工厂户均科技投入达9172万元，较上年增长1008万元；户均广告投入2787万元，较上年增长268万元。请示还反映，江苏省多工厂目前仍坚持单一形象策略，但随着市场竞争的加剧，部分工厂在形象策略的选择上更趋灵活多样。一些驰名、著名服装、鞋帽形象生产加工工厂开始采取多形象策略，针抵消费群体的多元化需求，在不同定位的产物上利用文明内涵迥异的形象，以膺足不同细分市场的个性化需要。一些家电、饮料工厂采用主副形象策略，在以胜利品牌为主品牌的基础上，同时给不同产物起一个生动活泼、富有魅力的名字作为正品牌，以突出产物的个性形象。