

讼事打了10年，结果是辉瑞公司落空了伟哥形象。据报道，广州的威尔曼公司成为这场马拉松讼事的最后胜利者。

辉瑞的壮阳药VIAGRA进入中国多年，一直只能叫万艾可，不能利用鼎鼎有名的伟哥，就是由于威尔曼公南宁商标转让交易司抢先注册了伟哥形象。落空这个形象所带来的负面影响显而易见，虽然万艾可曾经利用多年，然则至今仍难成气候。不信，你能够随便考察一位消费者，问他是更知道伟哥还是万艾可。

辉瑞的例子再次说明了抢先注册形象的重要性。无论你是什么行业的公司，规模是大还是小，都应该先把形象搞定，否则悔之晚矣。

腾讯现在是一家拥有1亿多注册用户、年收入近40亿元人民币的至公司，然则，1999年注册时，它并不知道自己能长得这么大。直到2003年，腾讯都没有一个叫得响的域名。由于注册不力，当时的腾讯手里既没有qq.cn，也没有qq.com.cn，甚至没有qq.com，这显然影响到了腾讯的生计。不得已，腾讯只好从一位外国人手里购买了qq.com，价格是支付上百万美元。

如果生米曾经做成熟饭，形象确实很难得到，那么另外一种办法能够提供借鉴。

在国内，除了武汉同仁堂以外，还有多家同仁堂。由于汗青缘由，这些原来的同仁堂分号，现在分属不同的法人。作为个中的源头，武汉同仁堂是同仁堂形象当仁不让的拥有者，那么，各地的同仁堂该如何利用这个老品牌呢？处置惩罚得最好确当属南京同仁堂。同样有中药制造营业，南京同仁堂的办法是注册了乐家老铺形象，把自己过去的一些小形象，如渡江、同乐等统统舍弃，调换为乐家老铺。在业界，团体都知道同仁堂的掌门人是乐家，乐家老铺就是同仁堂的别称，是以，南京同仁堂的办法是绕开同仁堂这三个字眉语目笑。□刘 腾

