

## 运用形象利用许可制订打造国外知名自立品牌

今年以来，我国一些出口工厂运作面临困难，众多媒体把缘由归结为劳能源资本大幅增长、出口退税率下调、人民币持续贬值和银根紧缩等。笔者认为这是客观要素，但不是首要缘由。一些出口工厂运作面临困难的根根蒂因在于其采取定牌加工的生产模式，利润多数被外方拿走。为实现党的十七大提出的“放慢转变外贸增长方式，放慢培育我国的跨国公司和国外知名品牌”的战略目标，落实《国度知识产权战略纲要》提出的“提升我国知识产权创造、运用、保护和管理能力，建设翻新型国度”的指导方针，我国出口行业、出口工厂应认真反思定牌加工模式的弊病，认清打造我国自立品牌的重要意义，增强打造自立品牌的自负心，以现有自立知名形象为纽带，运用形象利用许可制订，打造拥有自立知识产权的国外知名品牌。

### 一、我国出口工厂打造国外知名自立品牌的基本条件

形象与商品的相干中，商品是“本”，形象是“标”。我国工厂要打造国外知名自立品牌，基础是创造、生产出质量优异、种类充盈、适合不同消费者需求的商品。改革开放30年来，我国外贸出口额连年增长，出口地域不断扩大，出口商品结构不断优化，国外形象注册量逐年增长。我国出口行业已具备组织、调和、联合众多中小工厂，联袂打造国外知名自立品牌的基本条件。

#### （一）我国商品出口额连年增长

1988年我国的商品出口总额为475.2亿美元；2007年，达到12180亿元，比1988年增长了25.63倍。1988年至2007年，我国商品出口额连续20年增长，有15个年度年增长率在10%以上，个中有10个年度年增长率达20%以上。这充辩白明我国工厂创造的商品越来越被外国消费者和工厂所接受，履足了外国消费者的物质文明需求和工厂的生产需要。

## （二）我国商品出口地域不断扩大

数据显示，2007年我国商品出口涵盖了235个国度和地区。从地区生业务额看，亚洲国度和地区是我国商品出口的首要地区，出口额达到5680.1亿美元。数据表明，我国工厂生产商品的利用价值顺应了235个国度和地区消费者日常生活和工厂生产的需要。

## （三）我国出口商品结构不断优化

改革开放30年来，我国出口商品结构的优化调整曾经连续上了三个台阶：在上世纪80年代，我国外贸增长首要靠轻工产物、纺织品、服装支撑；上世纪90年代，我国外贸出口转向依靠技术含量更高的机电产物；加入WTO以来，我国出口商品结构进一步优化，迈上了以IT产业为核心的高新技术产物出口高速增长第三个台阶。

## （四）我国国外形象注册量逐年增长

我国于1989年加入《形象国外注册马德里和谈》，1995年加入《形象国外注册马德里和谈有关议定书》。近20年来，以我国为原属国的马德里形象国外注册申请量不断增长，从1989年的9件增长到2004年的1015件，2005年、2006年、2007年则分别达到1334件、1328件和1444件，累计注册形象达7000多件。此外，还有不少工厂直接到出口国申请注册形象。将我国工厂利用这两条国外形象注册途径申请注册的形象加在一起，我国工厂国外注册形象数量估计在10万件以上。这说明我国基本具备了打造国外知名自立品牌的注册形象基础。

另外，我国一些颇具气力的工厂开始了以自立品牌为核心的海外市场战略结构。鄂尔多斯集团在美国、日本、英国、意大利、法国和俄罗斯等多个国度和地区设立了品牌专卖店。在美国纽约的大型市廛，海尔集团的产物与美国最大的电器公司通用电器的产物摆放在一起，两者的价格不相上下，树立起我国自立品牌的高端产物形象。

## 二、运用形象利用许可制订，打造国外知名自立品牌的建议

改革开放30年来，虽然我国商品的出口额、出口结构、出口地域以及国外形象注册数量都有了长足发展，已具备了打造国外知名自立品牌的基本条件，但我国的出口工厂有相等部分是中小工厂，在技术翻新能力、生产规模、营销渠道建设等方面，均不能与跨国公司等量齐观。西方发达国家发展经济的经验表明，要成为经济强国必须成为品牌强国。培育国外知名自立品牌，是我国从发展中国家度向经济发达国家度迈进的必由之路。要放慢转变外贸增长方式，在目前出口工厂中小工厂居多的情况下，一条重要的可操作措施，就是运用形象利用许可制订，集中同行业众多工厂的力量

, 扩大自立品牌商品的出口规模, 联结协作, 打造国外知名自立品牌。

## (一) 强化科学发展理念, 增强培育国外知名自立品牌的紧迫感

### 1. 强化自立品牌理念

2007年, 我国进出口总额超过2.1万亿美元, 出口额12180.2亿美元, 产物遍布寰球235个国度和地区, 有近200个产物的产量位居天下第一, 有的甚至占到寰球产量的一半以上, 曾经成为天下第三大贸易国。然而令人尴尬的是, 同样的原材料和加工工艺, 统一个工场生产的产物, 在贴上国外知名形象后, 在国外市场的价格是我国出口商品价格的5倍~10倍。究其原因, 是多年来我国相等数量的出口工厂没有自立品牌, 生产采取定牌加工的模式, 在品牌、标准、研发、渠道、制造这条寰球产业价值链上处在最鄙俚, 工厂创造的利润绝大部分被外方拿走, 我们的工厂只能赚取微薄的加工费。不只如此, 从目前我国部分出口工厂运作面临困难的情况看, 出口工厂过度依赖定牌加工的生产模式, 已严重威胁我国中小工厂的生计环境和经济利益, 严重阻碍我国转变外贸增长方式的进程。

现实上, 我国许多出口工厂颠末多年为外国工厂贴牌生产, 已积累了充盈的生产运作经验。不少产物在质量、性能、加工技术等方面, 与国外先进国度产物的差距曾经很小。是以, 我国出口工厂必须也通盘有条件进行第二次、第三次创业, 从依赖定牌加工转向打造自立品牌, 不再为别人作嫁衣”。

### 2. 强化科学发展理念

我国要实现转变外贸增长方式的目标, 出口行业、出口工厂要选择科学的发展模式。改革开放初期、中期, 我国工厂在管理和技术层面整体处于劣势, 出口工厂以劳动密集型产业参与国外分工, 采用定牌加工生产模式, 出口产物选择低资本、中低端市场策略, 是符合我国工厂发展汗青阶段的平允选择。颠末30年的发展, 有些定牌加工工厂在具备了一定经济气力, 积累了一定的生产技术、管理经验、营销经验特别是品牌运作经验之后, 已清楚看到定牌加工生产模式的弊病, 从而选择打造自立品牌的发展模式, 从提高自立品牌附加值中追求发展空间。出口工厂应抛弃靠低资本、低价格商品参与竞争的发展模式, 逐步向中、高端市场迈进。这几年, 我国出口工厂在国外遭遇贸易纠纷的现实充分证明, 靠低价格商品参与市场竞争很容易遭遇反倾销, 越是低端的外贸工厂越容易被淘汰。出口工厂要树立打造百年品牌的雄心壮志, 彻底改变只在乎短期收益最大化、不注重培育自立品牌的短视行为。

### 3. 强化法制规则理念

目前, 国外市场呈现寰球化与地域化并行的状态, 各国或地域之间会

设置种种贸易壁垒。从形象权的地域特征分析，形象制订可视为国外贸易中的一项壁垒措施。从形象国外保护看，大多数国度采取注册制，如果某形象未在一国注册，就不能在该国获得保护。我国许多工厂忽视形象国外注册与保护，知名形象在国外被抢注的事件时有发生。有关统计资料显示，自上世纪80年代以来，我国知名形象在国外被抢注的事件达2000多起，每年造成约10亿元人民币的无形资产流失。形象是商品进入国外市场的“通行证”，我国工厂应该增强形象保护意识，运用形象国外注册规则，夯实打造国外知名自立品牌的条文基础。

#### 4.强化合作共赢理念

打造国外知名自立品牌，我国工厂面临的第一道门槛就是经济规模。目前我国许多出口工厂规模较小，如果单个工厂想靠独自奋斗打造国外知名品牌，进程会十分漫长。出口行业和工厂要学会运用形象个体商标转让公司利用许可制订的资源整合、横向联合和规模扩张等效率。在一个出口行业和产业集群，能够以现有的国外知名自立形象为龙头，通过形象利用许可，实现产物生产、生产要素、劳能源及资本优化配置，实现产业内各工厂平充分工与合作，提高资源利用效率，促进运作规模化，形成品牌合力，提高产业经济或产业集群的整体国外市场竞争力，促进工厂合营发展。

#### (二)充分认识形象利用许可制订的经济价值

##### 1.形象利用许可制订有利于优化行业资源配置

利用目前已在国外市场上有一定知名度的自立形象的影响力与竞争力，运用形象利用许可的条文制订，能够整协定行业内里小工厂的技术、人才、生产、营销、推广等资源，凭借集体的力量较快提高自立品牌的市场竞争力。

##### 2.形象利用许可制订有利于迅速扩大出口行业运作规模

目前我国出口行业中绝大多数工厂的运作规模较小。国内出口行业以国外知名自立品牌为平台，采取形象利用许可的方式，能够整合行业工厂生产能力，迅速扩大行业运作规模，弥补多数工厂规模较小、科研力量薄弱等不足，得到规模经济效益。

##### 3.形象利用许可制订有利于中小工厂迅速打通进入国外市场的通道

对中小工厂来说，利用国内工厂在国外市场曾经享有较高声誉的注册形象，既能在较短时间内获得稳定的经济效益，又可扭转为外国工厂“打工”遇到的种种被动局面，有利于中小工厂迅速在市场上站稳脚跟。

##### 4.形象利用许可制订有利于遏制同行业的无序竞争

近年来，在对外贸易中，我国许多同行业工厂由于没有自立品牌，缺乏核心竞争力，往往陷入价格战的泥潭。运用形象利用许可制订，联合众多工厂合营打造一个品牌，把工厂的利益用形象联系在一起，可避免价格战、口水战和广告战，维护对外贸易领域的公平竞争秩序，遏制无序竞争。

### 5. 形象利用许可制订有利于统一出口商品质量管理

形象许可人该当监督被许可人利用其注册形象的商品质量，被许可人该当包管利用该注册形象的商品质量，是形象利用许可制订的显著条文特征。运用形象利用许可制订，众多工厂按照统一的质量标准生产商品，可维护统一的品牌形象和合营的经济利益，更好地维护我国品牌的形象。

### （三）健全完美形象利用许可制订的运作机制

#### 1. 深入考察摸清国外注册形象、国外知名形象底数

品牌是市场营销观点，形象是条文观点，是品牌的核心部分，也是品牌在条文上的表现形式。培育国外知名自立品牌的条文基础，是要持有国外注册形象。出口行业摸清本行业国外注册形象数量、国外知名形象的底数，是推行形象利用许可制订的条件和基础。是以，笔者建议出口行业应答本行业出口工厂数量，出口工厂持有国外注册形象数量，在各国度和地区持有国外注册形象数量，运用自立形象标示商品出口的国度和地区漫衍，近3年~5年自立形象标示商品出口数量，自立形象标示商品在海外的推广方式，自立形象标示商品在海外的营销渠道，自立形象标示商品的技术标准、质量管理标准等，进行考察摸底，在摸清底数的基础上有计划、有组织地推行形象利用许可制订。

#### 2. 健全完美产物研发合作机制

我国出口工厂自立品牌的定位，要从低档、中档向高档发展，必须以产物的技术含量为基础。为使我国出口产物技术翻新不断迈上新台阶，缩短与国外同行业技术程度发展的距离，笔者建议出口行业以拥有国外知名自立品牌的工厂为龙头，建立技术开发中心，从形象利用许可出口商品贸易额中抽取一定比例，建立科研基金。科研成果由出口工厂按贸易额抽取比例共享，按形象附加值给基金成员工厂返还，以解决科研经费不足的难题，形成科研投入与产出的良性轮回。

#### 3. 健全完美质量管理监督机制

推行形象利用许可制订，防范可能出现的负面效应，维护民族品牌形象的根本措施是严把产物质量关。为此，形象许可人与被许可人应订立严格的产物质量监督协议，建立健全多项质量监督制订，切实包管产物质量。

#### 4.健全完美利益公平分配机制

逐步抛弃定牌加工模式，推行形象利用许可制订，从长远考虑，是要降低出口工厂的生产资本，提高生产要素利用效率，提高工厂纯收益。同行业出口工厂以形象利用许可的条文形式进行分工与合作，关键是要公道合理地解决形象许可人与被许可人之间的利益分配。只有在形象许可人与被许可人的收益都有提高的情况下，工厂才可能采取踊跃合作的立场。是以，形象利用许可费、商品订价、销售渠道等协议条目要公道合理，努力保障形象许可人、被许可人的利益都得到最大化，实现双赢、多赢。

#### 5.健全完美信息共享机制

为充散发挥形象利用许可制订的效率，行业协会和工厂应合营搭建信息资源平台，以增强沟通，减少运作活动的不确定性，使工厂生产更接近市场需求。比方，采取多种渠道网络我国首要贸易搭档国度的民族文化、民俗习惯、消费文明、个性需求等信息，指导工厂制定符合目标市场本土化的形象战略。信息平台还能够网络我国首要贸易搭档国度的形象条文、形象纠纷判例，我国工厂在国外遇到的形象纠纷案例等信息，指导我国出口工厂避免国外形象纠纷风险。

#### 6.健全完美营销合作机制

我国工厂商品出口往往是通过进口商和代理商销售，重视销售业绩，忽视销售渠道建设。推行形象利用许可制订，工厂联合扩大运作规模后，应从出口额中提取一定比例的资金，合作建立培育自己的国外营销网络，如建立办事处、组建销售公司、建立自己的品牌专卖店等。通过自己的营销网络，出口工厂能够捕获腹地市场的第一手信息，探求信誉好的代理商、经销商、采购协会和有影响力的大型超市开展合作。出口工厂还可采取参加国外展会、投放媒体广告等品牌推广形式，逐步提高我国自立品牌在国外市场的知名度。&#9633;董葆霖郭修申

内容来自网络，如有不妥请告知删除