

对于中国工厂而言，欧盟市场的重要性毋庸置疑。是以，如何有效地在欧盟获得形象权保护，成为中国工厂日益存眷的一个重要问题。

目前，活着界规模内，绝大多数国度对于形象权保护采取的都是注册原则，即必须通过申请形象注册，才能够遭到该国条文的保护。是以，如果工厂需要在欧洲国度获得形象权保护，首要有两种途径能够选择：一是按照单个国度条文的规定，分别在不同国度申请形象注册。二是通过国外注册系统进行注册。通常所说的形象国外注册，首要是指马德里形象国外注册，工厂能够获得包括欧盟在内的所有马德里成员的形象权保护。

比较上述两种途径，单国申请的程序显然由于过于繁缛而难受工厂青睐，而马德里国度注册系统则提供了一个相对简单的途径来同时获得国外保护，规模不限于欧盟。现实上，对于专门针对欧洲市场的工厂而言，为了获得欧盟国度的形象权保护，还有第三种途径可供选择，即通过《欧洲合营体形象条例》申请欧共同体形象，在整个欧盟市场获得直接而又单一的形象权保护。

欧共同体形象，也称合营体形象或欧盟形象，简称CTM，其条文基础是1993年12月20日欧洲联盟理事会通过的《欧洲合营体形象条例》。欧盟还于1995年12月13日颁布了《欧洲合营体形象条例实验细则》。欧共同体形象的主管部门为内部市场调和局，成立于1994年9月1日，简称OHIM。内部市场调和局按照统一程序对欧共同体形象进行注册，这种形象在合营体规模内享有权益并遭到统一的保护。形象保护期限为10年，可续展，每次续展保护期限为10年。

具体而言，欧共同体形象系统具备以下特点：欧共同体形象系统强调统一性，即在所有欧盟成员国内均有效，欧共同体形象系统下能够获得形象注册的规模比较遍及，申请主体也较为遍及，申请人能够享有优先权，申请程序总体上相对简单。

形象作为工厂产物或者服务的标记，对于工厂发展起着不行忽视的重要作用。为了更好地为工厂发展保驾护航，中国工厂有需求熟悉各国零丁申请、马德里国外申请系统、欧共同体形象系统这几种途径的各自特点，再结合自身的发展规划和市场策略，选择适合的形象申请途径，争夺以有限的资本收到最好的效果。

&#9633;对外经济贸易大学 陈剑玲

商道传奇2014 内容来自网络，如有不妥请告知删除