

形象“短腿”状况有望改变 鄂州市政府出台《意见》确立发展目标

本报讯为了鼓励工厂创立品牌，缓解工厂在申报注册形象过程中的资金商标转让争议压力，湖北省鄂州市政府近日出台了《关于进一步增强形象工作的意见》。

《意见》明确了各级政府部门的职责，制定了形象发展奖励制订，同时确立了该市近期形象发展的具体目标：至2010年，全市拥有注册形象800件以上，个中，中国驰名形象3件以上，省著名形象30件以上，市知名形象100件以上；地舆表记证明形象或集体形象2件以上；争夺10件形象实验国外注册。”

近年来，鄂州市社会各界的形象意识不断增强，形象年申请量、注册量逐年增长。然则与全市现有工厂基数相比，形象发展无论在数量上还是质量上，都处于“短腿”状况，在全省甚至全国叫得响的知名品牌不多，在国外市场上具有影响力的更是凤毛麟角。迄今为止该市仅拥有中国驰名形象1件，地舆表记证明形象1件。

鄂州市工商局在调研后找到了制约形象数量不多、质量不高的症结。一是工厂品牌运作意识不强，大营销观念尚未形成，在名牌的策划、定位、宣传及形象保护等方面缺乏长效机制，短期行为比较普遍。二是工厂形象权流失严重。一些工厂未实时申请注册形象，致使形象被别人抢注。比方，梁子湖系列形象被外埠工厂注册，有着700多年汗青的传统食物东坡肉也被一江之隔的城市抢注。三是创名牌决心不足。实验名牌战略，说最终就是争创著名形象、驰名形象。一些工厂本来有自己的形象，然则没有精心培育，怀疑形象的价值，把多年运作的形象搁置不用。现在鄂州市不少知名市集都更名“易帜”，引进了外埠店铺。从短期讲，这对提高工厂效益有甜头，但从长远讲，只能是弊大于利，为别人作嫁衣，工厂发展空间也是以缩小。鄂州市的服装建造一直遭到港商的青睐，贴上香港工厂的形象后，成为在东南亚、欧洲等地区十分俏销的产物，但谁也不知道这些产物“出生”在鄂州。

形象是现代工厂最首要的无形资产之一，是商品或服务的表记，更是工厂的表记，象征着工厂的信誉与质量，是工厂参与市场竞争的利器。鄂州市工商局负责人表示，将借着《意见》出台的契机，搀扶指导工厂开发好形象，利用好形象，以提升工厂发展的竞争力。□宋哲先

内容来自网络，如有不妥请告知删除