

商标注册有多重要

产品名称	商标注册有多重要
公司名称	商丘财税通代理记账有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	商丘市睢阳区南京路与归德路交叉口西南角应天国际广场A座10楼1009室
联系电话	15137027520

产品详情

在我国商标是实施在先注册的，谁先注册就是谁的！

即是说，如果两个或者两个以上的申请人，在同一种商品或者类似商品上，以相同或者近似的商标申请注册的，商标局初步审定并公告申请在先的商标，对在后的商标注册申请予以驳回，这给商标抢注人一定的“生存空间”。

乍听之下，是不是一股流氓之气扑面而来，是不是觉得有点慌，是不是还有点揪心，没错，还真有不少商标抢注在先的例子，有些甚至是恶意注册。

Q1

“蒋一碗”——晚注册十天，维权用十年

2004年，刚刚创业1年的蒋治华受邀参加第五届中国美食节，“蒋一碗牛肉面”被评为“中国名点”。这是重庆被评为中国名点的小面，媒体也给予大量报道宣传。借此东风，“蒋一碗”迅速发展了数十家加盟商，辐射全国多地。同年12月，有朋友提醒将“蒋一碗”注册商标。当时，蒋治华对注册商标还心存犹豫，不曾想，2个月后，鲜红君就抢先将“蒋一碗”注册到43类餐饮商标上，并于2008年5月在国家商标局公告。“和鲜对比，前后提交商标注册申请的时间就晚了10多天。”蒋治华说。

蒋治华提出质疑。既然是鲜创下的品牌，为何不用“鲜一碗”？蒋治华称，之所以会将店名取名为“蒋一碗”，是取“以一碗而容百味”、“一碗引来三千客，两根箸挑起四方香”之意，加之自己姓蒋，而得名。终，商评委对鲜的主张不予支持，维持了原裁定。至此，历时近10年的“蒋一碗”商标之争终于画上了句号。

商标被“熟人”抢注的尴尬事件时有发生。如，小天鹅打造的火锅高端品牌“洪鼎”就曾被一墙之隔的邻居抢注。重庆小面之所以难以壮大，就是因为面摊老板商标意识薄弱，辛苦创造的金字招牌常“拱手让人”。

Q2

“小龙坎”仿冒不断——到底是谁的锅？

在“小龙坎老火锅”火了之后，一度出现了许多仿冒者，根据相关新闻报道，仅成都就有上百家小龙坎的仿冒店。2017年，媒体还爆出有消费者投诉在假冒“小龙坎”用餐之后，出现了腹泻、恶心、呕吐的状况。起初消费者以为吃到的是正宗的“小龙坎火锅”，事后才发现是李鬼惹的祸。

Q3

“特仑苏”碰瓷——你还敢喝吗？

是不是很难相信也很难接受，这样的问号真的不要太多。如果特仑苏只在牛奶制品注册商标，那么别人就可以用“特仑苏”在其他类别（如农药）注册同样的商标。

商标多类注册是商标保护基础的方式之一。

1、避免他人恶性的抢注或者弱化企业商标

在企业做大后，如果企业的商标名称被他人抢注，那只能眼看着他人恶意丑化其商标，并且采用搭便车的方式。

2、防止他人自己今后可能进入的行业、商品上注册商标，自己“商标先占”。

在企业发生企业壮大之后，当生产经营的范围可能会扩展到以前没有规划的行业或者商品，却发现自己使用多年的商标在这个领域已经被他人注册了的尴尬情况。如果发生这种情况，重新注册商标势必会给企业带来非常大的负面影响。

3、是一种保护性投资行为，能够为企业多元化、集团化发展奠定基础。

商标是一种无形资产，无形资产可以转化为有形资产，为企业创造无穷的经济效益。等企业发展壮大后，商标有了度，就可以进行商标有偿许可或者转让，做特许加盟，还可以质押贷款，使企业的实力不断扩大，为企业向多元化、集团化方向发展奠定基础。

如前文提到的“蒋一碗”，维权期间就损失了很多加盟费；再如特斯拉商标估值达40亿美元，“赣州脐橙”商标估值已经达50亿元，再如兰州的一家牛肉面馆，成功运用其商标“舌尖尖牛肉面”质押贷款1,000万元。

商标作为一种资源，可用的总是越来越少，等到企业的商标稍有名气，说不定已经有很多人合法“抢注”了与之相同或近似的商标，到那时创业者将会处于被动的地位。如果申请人率先进行了全类注册，就能避免这类情况发生，有效保护品牌。

因此，进行全类注册，也并非只是花钱买个平安。全类注册可以说是一种保护性投资行为，能够为企业多元化、集团化发展奠定基础。

QA

商标被抢注，真正的权利人该如何维权？

经人士介绍，商标权利人平时应注意保留收集和品牌、字号相关的荣誉、新闻报道等材料，一旦发现抢注，可以有效维权。权利人可在商标公告期提出异议，阻止其注册。其次，在商标核准注册后的5年之内，权利人可提出无效宣告，请求商评委撤销其注册商标。此外，若使用商标达到驰名程度，即使其商标注册达到5年，权利人仍可主张抢注为由，撤销其注册商标。

另外，在企业经营中，只要涉及到商标，都要积极地做好前期规划，避免被人抢注和模仿。具体来说，企业应该将主营业务之外可能延伸的类别都予以注册;为保证品牌的清晰度，企业要将相似或可能引起混淆的商标予以注册;要高度关注自己的品牌和商标，定期对自己的商标进行检测，一旦发现有人抢注或模仿，立即向商标局提出异议甚至争议。

知识产权领域，已形成一个巨大的市场。以小米公司为例，截至目前累计申请商标5890件，针对“小米”及关联品牌进行了完善的商标规划和布局。在市场表现上，以小米手机为市场切入点，获得成功后，小米品牌的度和商业价值迅速提升。小米公司随即以品牌为桥梁，通过“定牌生产”“联合品牌”经营等方式在家电、出行穿戴、生活箱包等领域多点开花，“小米”品牌商誉的成功延伸，使其多元化经营大获成功，目前在智能家居及多个领域，小米均已成为行业翘楚。

(文章内容及图片来源：网络)