

## 一访广东省深圳市工商局形象处处长王建青

对话背景：从1979年的1件注册形象，发展到如今的82534件注册形象、210件广东省著名形象、30件中国驰名形象，广东省深圳市工商局的形象工作得到了令人瞩目的成绩。近日，记者通过与该局形象处处长王建青的对话，感遭到深圳工商人为鼓励该市经济发展支付的艰辛努力。

记者：形象事业能够说是陪着经济发展而发展的，与改革开放同步进步。作为改革开放的最前沿，深圳市是中国改革开放30年来最具典型意义的处所。深圳市的形象事业发展情况又是怎样的呢？

王建青：我市的形象发展要从酱油形象说起。1979年，经市工商局上报工商总局批准，深圳市拥有了第一件注册形象—南山形象，利用在酱油商品上。由于全市工厂对形象利用的意义和作用认识不足，我市有一段时间形象数量增长缓慢，此后的10年间注册形象总量仅为646件。1990年今后，随着深圳市经济持续发展，形象数量稳步增长，年均增长超过20%。1998年，全市注册形象量达16183件。1998年以来，深圳市形象申请量猛增，著名形象、驰名形象数量居全省甚至全国前列。一家家名优工厂走向国门，在国外市场上材大难用。

记者：形象发展不但要重数量，还要重质量。一件知名形象，既能够扩大工厂的影响力，又能令一家名不见经传的工厂做强做大。请谈谈你们是如何提高形象质量的？

王建青：深圳市工商局早在20多年前就开始注重推进品牌战略的实验，踊跃培育、搀扶、推荐知名品牌。1992年9月，我们开展了深圳市首届十大著名形象评选活动，参评形象共58件。颠末综合评定，康佳、金威、家乐、华强、特美思等当选为十大著名形象。此后，我们又踊跃指导工厂申报驰名形象，第一件驰名形象是1997年认定的康佳KONKA形象。

近年来，我们不断翻新方式，自发服务工厂，大形象知识宣传力度，增强工厂的形象保护意识。2003年的形象高层论坛、2004年的形象知识电视大赛、2005年的首届中国形象节等大型形象宣传活动，均在深圳市甚至全国引人强烈回音，工厂的形象意识不断增强。一批拥有较好商誉和综合气力的形象被工商部门列为重点培育对象，达到要求的形象则被推荐参与著名形象和驰名形象的认定。

同时，我们增强与各类产业行业协会的合作，充散发行业协会的桥梁和纽带作用。通过召开争创著名形象和驰名形象座谈会、开办培训班等方式，行业协会参与形象管理和形象服务的踊跃性和程度得以提高，工厂利用形象拓展市场的意识得到增强。

记者：近年来，从深圳市一家公司在香港抢注内地18

7件知名形象，到一人抢注531件知名形象，再到深圳爱心大使丛飞的名字遭抢注，深圳市形象抢注行为频频被曝光。但据相识，这些抢注行为都由于深圳市形象保护预警和服务系统的运作得到了有效控制。请你先容一下这套系统的特点。

王建青：2005年，深圳市工商局开发的形象保护预警和服务系统开始运转，为广大工厂特别是知名形象工厂实时查明形象状态、化解品牌风险、依法保护形象专用权提商标转让 11类供了周全、快捷、利便的服务平台，同时也极大提高了深圳市形象保护及服务的总体程度。

2007年以来，我们进一步完美该系统的形象信息数据库，逐步扩大服务规模，继续为政府部门以及知名形象工厂提供实时的形象预警服务。通过两年多的运转，该系统已逐渐被工厂所认同，系统收回的形象抢注预警、形象许可立案预警及形象续展预警等请示，被越来越多的工厂所采纳。截至2008年12月，该系统共收回形象预警请示21245份，预警请示采纳达74%。

记者：2007年11月19日是深圳市形象发展史上值得纪念的日子，由于旨在提高深圳市国外化程度和加大知识产权保护力度的《深圳市形象战略纲要》在这一天发布。能先容一下这方面的情况吗？

王建青：这份《纲要》的起草用时几年，几易其稿，最后经市政府批准正式出台。它为深圳市的形象发展描绘出一幅高大蓝图。《纲要》为我市形象发展确定了总体目标，包括注册形象总量、形象发展质量、形象产业结构、形象保护的条文环境及形象发展的社会环境等方面都有了具体目标。为确保深圳市形象事业健康发展，《纲要》还制定了一系列保障措施。本年，我市还将抓紧制定《深圳市著名形象管理办法》、《深圳市知识产权发展与保护条例》（形象部分），通过形象处所立法，建立与我市发展程度相顺应、具有前瞻性的形象保护制订。《纲要》将指导深圳市形象事业步入更加健康、疾速的发展轨道。

本报记者 刘永

&nbsp;

内容来自网络，如有不妥请告知删除