

养自己的孩子 创自己的牌子
东营形象工作实现跨越式发展

时下，地处黄河三角洲的山东省东营市涌动着一股形象注册高涨。在东营腹地，无论是工厂还是自我，无论是种植业、养殖业还是加工制造业、服务业，“养自己的孩子”，创自己的牌子，已成为运作者的共鸣。

从9件到4197件商标转让股东决议书的跨越

东营市是依托胜利油田发展起来的一座石油城市。1983年建市时，全市仅有9件注册形象。当时的工厂和独立体工商户环绕胜利油田做文章，创造了较好的经济效益。随着经济的疾速发展和胜利油田体系体例改革的不断深入，腹地私营工厂和独立体工商户迅速增长，“僧多粥少”，油田市场空间越挤越小。工厂和独立体工商户要想生计和发展，必须跳出胜利油田这个“圈子”，把产物推向胜利油田以外的市场。不过，多年养成的“只有产物好，没有牌子不愁销”的习惯，像一道无形桎梏，束缚着工厂和独立体工商户的手脚。他们拿着没有牌子的产物去参与市场竞争，结果是“头破血流”。

在工商局的建言下，东营市政府印发了《关于在全市实验形象战略的决定》，指导、接济工厂和独立体工商户用形象叩开市场大门。工商干部深入工厂和独立体工商户宣传《形象法》，为工厂和独立体工商户申请注册形象提供优质服务。同时，工商部门加大执法力度，严厉打击形象侵权行为，先后组织开展了百日执法、百人执法、联企打假等专项行动，为工厂和独立体工商户建立知名品牌扫清障碍。工厂和独立体工商户申请注册形象的踊跃性空前高涨。自2000年以来，该市每年申请注册形象的数量在350件以上，目前全市形象达4197件，仅2008年就申请注册了600余件形

从无视形象到多类别形象遍地着花的跨越

在东营市形象事业的发展过程中，有一件事令人难以忘怀，这就是北岭丸子形象风波。

北岭丸子在东营市的消费者中很有名气，生产加工北岭丸子的小工厂有20多家。有一天，腹地加工丸子的工厂得知，北岭形象已被一家肉食物加工工厂申请注册，今后生产加工的丸子未经北岭形象所有权人授权，不能再利用北岭两个字，否则就形成形象侵权行为，要被处罚。这些工厂运作者感到烦恼，后悔没有实时注册形象。工商干部适时向运作者宣传《形象法》的有关规定，鼓励他们从头再来，建立自己的品牌。

通过这个教训，丸子运作者知道了怎样去保护自己的权益，纷纷请求工商干部接济自己申请注册形象。颠末努力，龙居丸子、洪修丸子等多种丸子产物贴上了形象，大风雅方地摆上市场货架，端上了消费者的餐桌。

如今，东营市的涉农工厂和独立体工商户纷纷注册形象，黄河口大米、万尔杏、麻湾西瓜、花官大蒜，甚至连加工的馒头、咸菜、野菜也注册了形象。现在，全市拥有农副产物形象470多件，服务形象有180多件。

从数量到质量的跨越

自东营市第一件形象降生到1999年年初，东营市500多件形象中竟然有1件山东省著名形象，更没有1件中国驰名形象。

为了改变这种局面，东营市工商局遴派干部进驻规模大、产物知名度较高的工厂，宣传争创驰名形象、著名形象的意义，接济工厂把好“三关”，即产物质量关、产物包装关、售后服务关。颠末10年的不懈努力，东营市已拥有8件中国驰名形象，50件山东省著名形象，不少公司还进行了形象国外注册。

破除了旧的运作观念、没有了遗憾的东营人越来越认识到形象的重要性。他们严守贸易信誉，勇创名牌，用知名品牌加优异质量构筑营销系统，迎接市场的考验。□张少刚

内容来自网络，如有不妥请告知删除