

企业家日报 品牌周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand
weekly

东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 084 期 总第 10064 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 4 月 11 日 星期日 辛丑年 二月三十

一家之言 | Statements of a school

“三星堆”商标遭抢注
维权不妨学故宫

■ 张淳艺

四川广汉市三星堆遗址新发现六座祭祀坑后,多个与“三星堆”相关的商标被申请注册,目前商标状态多为“申请中”。三星堆博物馆相关负责人 4 月 6 日告诉记者,虽已经做了商标保护工作,但“防不胜防”。发现多家公司注册“三星堆”相关商标后,他们向商标管理部门提出很多异议。他们希望相关部门能加强对文化品牌的商标管理工作。

“三星堆”并非首次遭到商标抢注。早在三星堆遗址祭祀坑刚发掘时,很多商家就发现了其中的商机,竞相申请“三星堆”相关商标。最近,金面具残片、青铜面具、青铜神树等考古新发现,让三星堆火出圈,引来又一轮抢注浪潮。中国商标网显示,截至 3 月 24 日,共有 313 件三星堆相关商标的申请注册信息,其中 87 件由四川广汉三星堆博物馆申请注册,最早的一件是四川省广汉市宏南棉纺织有限责任公司于 1991 年 7 月 8 日提交注册申请,目前为已注册状态。

据介绍,三星堆博物馆几年前已经开始做“三星堆”商标保护工作,但是因涉及文字、图形等方面面,使该商标的保护陷入了“防不胜防”的境地。对于商标保护来说,最理想的状态就是将某个商标下 45 个类别全部注册,不给他人可乘之机。不过,这样做成本太高,如果商标注册后 3 年内没有使用,就有可能被撤销。三星堆博物馆工作人员坦言,“商标注册种类太多,我们博物馆是无法注册三星堆相关商标的全门类的。”

面对“三星堆”商标遭抢注,最现实的方法就是运用法律维权。《商标法》第三十二条规定,“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利,也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。”作为三星堆遗址的管理部门,三星堆博物馆投入了大量人力、物力、财力,可以依法主张在先权利,维护“三星堆”品牌。对于初步审定公告的申请注册商标,三星堆博物馆可以在公告期向商标局提出异议,由其做出不予注册决定。对于已经注册的商标,可以在商标注册之日起五年内,请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。

从长远看,更有效的办法是请求驰名商标保护。《商标法》第十三条规定,“就不相同或者不类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标,误导公众,致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的,不予注册并禁止使用。”也就是说,商标被认定为驰名商标后,就可以实现跨类别保护,从其注册类别的商品,扩大到其他类别的商品,从而最大限度保障商标权利。

故宫就是一个成功例子。早在 2016 年,故宫博物院持有的“故宫”“紫禁城”就被国家商标局认定为驰名商标,成为我国世界文化遗产项目的首例旅游类驰名商标。近年来,随着故宫成为超级大 IP,一些企业想借机“蹭热点”,争相抢注“故宫传奇”“故宫营造”“故宫皇妃”等与“故宫”沾亲带故的商标。但业内人士表示,由于故宫博物院的“故宫”商标已被认定为驰名商标,这些非故宫博物院申请的类似商标最终不大可能被审核注册。

在保护商标权方面,三星堆博物馆等文博单位不妨多向故宫学习。

长沙餐饮“优等生”火爆出圈

■ 周辉霞

走出湖南,征战全国市场,长沙餐饮前有毛家饭店、鼎福楼,后也必有来者。今年,徐记海鲜、文和友、新长福等知名餐馆,像是约好似的,加速对省外市场的拓展。

对于长沙餐饮品牌的密集出征,相关专家认为,这将进一步巩固餐饮“湘字号”在北上广深一线城市的影响力和普及面,对于各品牌的管理能力、适地性也是一种考验。不管是否出圈,保持产品的创新能力和品质,做强品牌影响力,餐饮服务单位才能得到长远发展,长沙餐饮才会有持续的生命力。

长沙餐饮“优等生”
接连引爆深圳湾

据长沙晚报报道,约 2700 平方米,豪华装修,整体上“轻中式”风格,营造出典雅的就餐环境,从今年 2 月入驻深圳车公庙,徐记海鲜就处于一席难求的状态。该品牌负责人介绍,徐记海鲜进驻深圳的首家门店第一个月就成当地餐饮行业新晋排队王。店方每天分午市和晚市两个时段限时派号,且仅支持现场取号,排队打卡的现象有增无减。“为了满足更多深圳市民的需求,我们将在 5 月 5 日在深圳一举再开两家店。”该负责人表示。

刚刚过去的清明小长假,“排号峰值突破 5 万桌”的新闻,将文和友深圳店送上热搜头条。可以说,在万众瞩目中,文和友深圳店终于揭开了神秘面纱。沿袭该品牌在长沙、广州的一贯路线,文和友深圳店着力打造的不是一个餐馆,大到店铺门窗、家用电器,小到挂画、摆件,几十万件老物件如同被打开的多啦 A 梦的时光机,将食客带回到上世纪 90 年代的深圳街区。

茶颜悦色深圳快闪店的入驻,无疑增加了它的热度指数。当地媒体报道称,不少消费者为了一品茶颜悦色的招牌奶茶而专程远道而来。一杯茶颜悦色的价格甚至被“代购商”炒到了 300 元。茶颜悦色的企宣负责人介绍,此次亮相深圳只是作为文和友深圳店的助阵嘉宾,只会进行两三个月的短时期经营,不能视为扩张到深圳市场。该负责人并未否认品牌今年有其进一步扩张的计划。



此外,长沙餐饮知名品牌新长福在去年底推出“汉膳大师”宴,着力将湖湘文化与餐饮相融合,形成独特的餐饮特色。在今年,新长福以打造湘菜标杆品牌为目标,计划年内在深圳和北京开设分店,传播这一餐饮文化。

调整产品策略
适应市场发展变化

从毛家饭店、鼎福楼到湘西部落、彭厨,长沙的餐饮品牌前赴后继地走出长沙,在全国各地开枝散叶,拥有庞大的消费群体,湘菜成为八大菜系中在北上广深等一线城市中开店数量最多、普及面最广的菜系,从业人员大约有 350 万人。

回顾长沙餐饮品牌开疆拓土的历史,深圳与长沙餐饮有着格外深厚的关联。据不完全统计,湖南在深圳的人数将近 400 万,长沙餐馆在深圳发展有厚实的群众根基。此外,湘

菜麻辣鲜爽、技法多样、形味兼具,具有很强的包容性,湘菜粤做、粤菜湘味,两者在食材、制作方式上有着共通性。从两大外卖平台上入驻的餐馆数量显示,深圳的湘菜馆有近万家。夸张的讲法是:有人的地方,就有湘菜馆。

因此,对于徐记海鲜、文和友、新长福来说,不管是开首店,还是再扩张,或者是快闪试水,长沙知名餐饮品牌密集亮相深圳,绝非冲动。在红海市场里寻找自己的蓝海,几大长沙餐饮品牌对于今年的出圈,有着自己的盘算和改变。

徐记海鲜相关负责人介绍,他们通过产品的定位撬动深圳市场。餐饮单位的核心是产品,而该品牌“特色海鲜+湘菜+粤菜”定位,与深圳市场有着天然的契合感。徐记海鲜全球化海鲜养殖、采购以及运输体系,以及在加拿大、法国等国常设海鲜采购中心,在南海、北海等地设立养殖合作基地,能以最新鲜、最适时的海鲜产品,匹配“靠海吃海”的深圳人的胃。

文和友在深圳则强化对当地市井文化空间的打造。小罗豆腐、光明招待所、邓家传文糕点等数十家深圳老字号入驻深圳文和友,将激发上年纪的消费者的怀旧情绪,也能成为年轻消费者寻找城市印记的打卡点,为深圳消费者带去独一无二的饮食文化体验。而为了迎合深圳市民的胃,深圳文和友放弃了其在长沙最受市场欢迎的小龙虾,以生蚝为食材,构建自己的主打产品。

长沙餐饮品牌拓展
面临诸多挑战

2020 年的新冠肺炎疫情,让人们为餐饮行业发展捏一把汗。但在不到一年的时间里,长沙的品牌餐饮企业经历了疫情带来的阵痛,并密集布局全国市场,一方面能看出长沙餐饮企业已是元气满满,另一方面也藏着长沙品牌餐饮做强做大的抱负。 [下转 P4]

广汽集团：自主品牌已进入销量恢复通道

■ 戚耀琪

广汽集团近日发布的 2020 年度财报显示,广汽自主品牌 2020 年下半年连续 5 个月实现销量同比正增长,营业收入增长 3.05%。对此,广汽集团对外表示,自主品牌在经历了长达三年的深度调整与品牌培育期后,已进入销量恢复通道。

据介绍,双重外部挑战下,广汽自主品牌回暖趋势确立。2020 年,受疫情与行业下行的影响,广汽自主品牌全年销量 35.4 万辆,同比下降 7.95%;然而,实现营业收入 419.65



亿元,同比增长约 3.05%。营收增速远超产销增长率,体现了广汽自主品牌运营效率与产业协同能力的进一步提升。在集团持续聚焦资源,多措并举进行创新赋能和品牌价值提

升的策略下,广汽自主品牌已全面蓄力,成为未来业绩增量的最大看点。

2020 年,广汽自主品牌 MPV 销量同比上涨 25.06%,高价值车型占比得到提高。另一方面,单车价格较 2019 年同期增长 11.49%,平均单车价格超 10 万元/辆,体现了自主品牌溢价能力的进一步提升。

广汽集团表示,未来自主品牌经营效率仍有较大提升空间。广汽集团成立了自主品牌经营委员会作为自主板块的经营决策机构,建立研产销一体化经营决策体制机制,并持续优化产品委员会等协同机制。通过全面实施

车型大总监体制,强化成本及收益委员会功能,深挖车型降本空间,推动平台化模块化降本,推进全领域成本控制。可以预见,未来广汽自主品牌的盈利能力仍将进一步优化。

2020 年,广汽集团进一步聚焦资源和产品力,推出多款明星车型。报告期内,推出了广汽传祺 M8 大师版、GS4 PHEV、GS4 COUPE、GS8S、全新 GA8、广汽埃安 AION V 等多款全新以及改款机型,不断丰富其产品性和多元性。据悉,今年,全新传祺 EM-POW55、埃安 AION Y 等也将继续带领自主产销规模进一步提升。

民族医药的核心品牌 始创于 1696 年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏药股份有限公司

Tibet Ganlu Tibetan Medicine Co., Ltd

电话: 0891-6522710 邮箱: info@gzzy.cn

西藏自治区拉萨市经济技术开发区林琼岗路 15 号

東 | 漢中山毫

CHINESE GREEN TEA

『东裕汉中仙毫』获第 31 届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司

招商热线: 029-87809659

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

剑南春酒厂出品

劍南紅

全国运营中心: 四川劍南紅酒业有限公司

服务电话: 028-83388900

地址: 成都市科华北路 62 号力宝大厦北塔 21 楼

新闻热线: 028-87319500

投稿邮箱: cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台

中国企业家网