

品牌價值不可忽略的重要因素？彰顯商標保護管理績效的必要性

根據英國知名品牌評價機構「品牌金融」(Brand Finance)公布「2023年全球最有價值500大品牌」(Global 500 2023)報告,排行前10名企業的總品牌價值超過1.5兆美元。而品牌價值來自於企業聲譽或產品商譽的現值展現,當企業越投入品牌活動,則越能累積與提升品牌價值。

然而,企業往往會混淆「品牌」與「商標」的概念,以為擁有品牌就能從心所欲的操作品牌。事實上,品牌必須註冊商標、布局保護,才能主張權利。品牌如果沒有受到註冊商標、布局保護,除了無法阻止他人仿冒、混淆或攀附自身品牌,更將削弱自身的品牌價值,甚至最終失去長期投資的品牌。近期依洛公司創辦的知名服飾品牌「iROO」,便是以註冊商標,捍衛品牌價值的實例。成功制止持續造成消費者混淆的近似商標「AROO」行銷服飾商品及服務,並獲得賠償。從本案可觀察到,企業逐漸翻轉過往品牌行銷著重於風格形象展現,較少主動突顯商標對品牌價值的影響。然而,商標布局保護、維權管理也可作為行銷素材,用以提升品牌形象,也是彰顯品牌價值特色的重要因素之一。

實際上,品牌企業對外展現(揭露)其品牌經營策略,及其商標布局保護與維權管理的整合績效,以強化品牌價值的作法,已是國際趨勢。例如:Interbrand Best Global Brands 2022前20名的Apple、Microsoft,均透過品牌官網揭露其商標維權管理措施,以示其如何與經銷商等夥伴,攜手維護品牌價值。因此,資策會科法所觀測國際品牌企業揭露其品牌商標管理績效的模式,歸納共通性的品牌商標管理揭露重點,以協助臺灣品牌企業,揭露品牌營運與品牌商標布局保護、維權管理的連動效益,讓潛在消費者、投資人、客戶等利害關係人,看見企業捍衛品牌價值的積極作為,彰顯對應的商標布局版圖,足以對抗仿冒、防止侵權,維護利害關係人的權利;彰顯對應的商標維權管理機制,與經銷代理商或聯名夥伴,共同推廣品牌、守護品牌價值,創造品牌未來更多的發展機會。



上稿時間：2023年05月31日

新聞來源：<https://www.cna.com.tw/postwrite/chi/342850>

文章標籤