自家牌子响当当 为啥还钟情老品牌

——我市新巨力公司成功受让中华牌锁具商标始末

刚刚结束的2020年中国（广州）建博会上，我市新巨力公司推出的中华牌锁具，引来众多关注的目光。近日，记者前往该公司，一探“中华”牌商标花落该公司的故事。

新中国成立初期，我国出现了一些以“中华”作为商标的商品：中华牌香烟、中华牌铅笔、中华牌牙膏，还有一种中华牌锁具。此后，国家工商总局规定，与中华人民共和国国家名称等相同或者近似的，不得作为商标使用。这样，已有的中华牌商标显得弥足珍贵。

我市新巨力公司推出的中华牌锁具，惊艳2020年中国（广州）建博会。

• 经信视界看制造 •
数字转型谋发展

□记者 舒姿

衡阳产中华牌锁具畅销全国

湖南衡阳制锁总厂是我国四大制锁基地之一。上世纪五十年代初投产后，该厂生产的中华牌锁具专供国内市场，双喜牌系列锁具则用于出口。“买中华牌锁具诚心、用中华牌锁具放心”，这句广告语许多人耳熟能详。中华牌锁具以其上乘的质量逐渐获得了国人的喜爱。上世纪七十年代后，中华牌锁具走向全国，各地自行车上、门窗上、家具上，都可见中华牌锁具的身影。

然而，随着市场经济的发展，锁具市场也迎来了一场巨大变革。到21世纪初，风靡一时的中华牌锁具，终究没能抗住工业变革的浪潮，经过一次次的重组，衡阳制锁总厂仍不复往日的辉煌。

与此同时，我市新巨力公司发展正劲。经过30余年的发展，其生产的防盗门锁、防火锁、指纹锁、密码锁、遥控锁、磁卡锁、智能锁等产品，畅销全球52个国家和地区。为了实现技术创新，该公司在杭州专门成立了一个研发公司，聘请设计团队，研发市场前沿的锁具产品。该公司智能锁产品结合物联网技术，利用云平台将包括锁在内的安防产品与手机终端相连，实现远程开关锁控制；在信号接收器里设置了加密模块，提升了产品的安全性，也便于操作。

在创新和品质上的持续发力，也让该公司收获了一系列荣誉：国家高新技术企业、浙江名牌、浙江五金名品、浙江专利示范企业、全国防盗锁业10强等。

2014年，该公司与衡阳制锁总厂有了第一次交集。那一年，得知衡阳制锁总厂窘境的新巨力公司董事长应军，萌生了转让来中华牌商标的想法，从此开始了五年的洽谈之路。

商标转让历经漫长的五年

应军和衡阳制锁总厂领导班子的接触过程可谓一波三折。作为老牌国有企业，厂领导班子对中华牌商标多有不舍。厂里有两种截然不同的声音：有的说：“再难也要守住中华牌”。同意转让的人一次次来到应军的公司考察，但一涉及转让中华牌商标，他们又迟迟下不了决心。

“转眼三四年过去了，仍毫无进展。连我老婆都抱怨：买什么中华牌？自家的品牌已经响当当的了。”应军笑着说。他同老婆讲理：“如果是‘大华’‘小华’牌就无所谓，但这个是中华牌，民族之光，非买不可，除非，对方决定不卖。”

对商标、专利等问题，应军一直不含糊。2017年，亚萨合莱佳卫安防科技有限公司向省知识产权局提出行政投诉，称我市3家门锁制造企业和多家电商店铺侵犯其产品的外观专利。一时之间，不少门锁企业人心惶惶。

俗话说：“手中有粮，心中不慌”，应军知道自己手上掌握该行业许多核心的专利技术，对方不可能完全规避。果然，在走访对方门店以及浏览企业网站过程中，应军发现其生产和销售的11款产品有侵权嫌疑。仅用不到半个月时间分析、研究和收集资料，应军决定主动应诉，并奋起反击，控告亚萨合莱佳卫安防科技有限公司侵犯自己公司的实用新型专利。

由于前期取证翔实，对方侵权事实较为明确，历经一番波折，应军公司的诉状很快得到杭州市中级人民法院的回应。该院做出一审裁决，最终支持应军公司在专利侵权案中胜出。尽管对方依旧上诉，最终省高级人民法院维持了一审裁决。

“专利在于精而不在于多，有效专利才能代表企业自主创新的成果，商标的作用也一样。”应军说，他当过兵，有很强的爱国情结，一直想注册一个带‘中’字或者和国家有关的商标，并传承下去。2012年，他曾经申请一个带‘中’字的商标，但是一家以色列企业马上提出，这个商标和他们的很像，属于侵权，这事让应军很受伤。正因如此，他不轻易放弃转让中华牌商标。

去年，经过五年多的观察，衡阳制锁总厂领导班子一致认为新巨力公司有实力把中华牌锁具这个品牌经营下去。“接触这么多年，我们彼此已经很熟悉了。我一再表示，买中华牌商标，不是自我膨胀，是真的想经营好这个带有浓厚民族色彩的品牌，保护它、传承它。”应军说。

去年年底，双方终于在金华公证处就中华牌锁具商标转让签署了相关文件。新巨力公司正式拥有该商标的所有权。

新巨力公司生产车间一瞥

激发品牌内在价值是关键

新巨力公司成功让中华牌锁具重放光芒。而此前，我市哈尔斯公司则收购了瑞士知名水具公司SIGG。

SIGG公司成立于1908年，是一家老牌瑞士制造业公司，产品包括饮用水瓶(杯)(包括铝制、不锈钢、塑料、玻璃等材质)以及相关配件。其产品的核心是高品质、高精度和杰出的工艺，并具有很高的创新设计水平。SIGG在欧洲尤其在德语系国家拥有较强的区域销售网络。收购完成后，哈尔斯公司支持SIGG公司在国际高端水具市场的发展，促使SIGG公司进一步做大做强，加快拓展高端水具市场、引领行业发展方向，最终也使自己发展为国际知名的高端水具制造商。

记者了解得知，经过多年的竞争，在各个行业和领域都有强势的品牌存在，有些品牌已经营了几十年，甚至上百年，它们在消费者心目中的地位稳固，这就造成新品牌再进入的成本较高，被消费者接受的难度加大。为此，企业选择购买国内外的老品牌，也不失为一种发展的办法。问题的关键是，企业能否进一步激发品牌的内在价值，创造新的发展活力。