

苏州由“商标大市”向“品牌强市”跨越

近年来,苏州市加大实施品牌战略,建设品牌强市,商标在经济转型升级中的引领作用凸显。目前,苏州已拥有4家省级产业集群品牌培育基地和6家市级产业集群品牌培育基地,涌现出了“洞庭山碧螺春”“巴城阳澄湖大闸蟹”“常阴沙大米”“凤凰水蜜桃”等一批经济效益好、带动辐射强、高知名度的地理标志。今年5月,苏州启动“品牌建设工程”,提出用3年时间基本建成“品牌强市”,商标战略实施重心由“商标大市”向“品牌强市”转移。

高起点认知, 创牌瞄准“世界高度”

截至今年11月底,苏州市商标注册申请量已超9万件,有效注册商标达21万件,位列全国地级市首位。这辉煌的数据不仅得益于国家工商总局商标注册便利化举措,更得益于苏州拥有国家工商总局商标局委托开设的商标受理窗口。

在苏州商标注册受理窗口看到,苏州东智堂健康科技有限公司负责人正在办理商标注册申请业务。这次他们一共注册了51件商标,比过去通过代理机构注册节省3到4万元。据了解,东智堂这样产品丰富需要进

行全类商标注册、保护商标专用权的企业,在苏州还有很多。如今,受益于政府提供的高效便捷服务,他们都可以在“家门口”申请商标,既方便快捷又节约了成本。

据苏州市工商局有关人士介绍,除了为广大小微企业、新设企业提供商标注册优质服务外,还引导和鼓励企业培育自主品牌,打造出亨通光电、好孩子、科沃斯、沙钢等一批高端商标品牌。今年,康力电梯试验塔落成,一举刷新世界电梯试验塔的最大高度,创造了属于中国电梯行业的“中国高度、世界高度、世界速度”;在刚刚过去的“双11”中,科沃斯再次取得骄人成绩,荣登亚马逊黑五全球卖家销量冠军,单日销售额突破5700万,同比增长5倍;镇湖“刺绣小镇”、震泽“丝绸小镇”等一批特色小镇,则根据自身特点培育产业集群。

注册抢先机, 自主品牌走向海外

自主品牌要进入国际市场,就要在商标国际注册上抢占先机。“市场未动、商标先行”,在苏州,有这样认识的企业不在少数。苏州纽威是一家专业制造工业阀门的企业,公司60%的产品均为出口,覆盖美洲、欧

洲、中东和亚太等地区。二十多年来,纽威在省市各级工商部门的建议下,陆续通过马德里注册,在不少国家作了延伸注册。但在墨西哥等一些地方,由于注册不及时,遭到了竞争对手抢注,侵害了公司利益。“企业在‘走出去’时候,要尽快把商标在各个地方都注册下来。”纽威副总张涛说。

苏州市不仅国内商标注册取得喜人成绩,自主品牌走向海外也取得了新突破。2016年新增马德里国际注册商标90件,较2015年翻一番,今年上半年新增52件,马德里商标国际有效注册总数达650件。为积极推动苏州商标品牌“走出去”,市工商部门加强与世界知识产权组织合作,建立国际商标注册和海外维权平台,打造了吴江国际商标注册示范区。同时还举办了5期马德里商标国际注册培训班,累计惠及400余家企业。据估算,到2020年底,苏州全市马德里商标国际注册量年均增长将超30%,总数逾1000件。

多维度指导, 构建高端品牌空间

除在全省率先开发一体化商标综合服务平台外,还从不同维度出发,为全市品牌企业提供更精准的全方位服务。今年,苏州继



续丰富和完善创牌扶持服务各项机制。

今年12月15日至17日,苏州将举办“汇聚品牌力量——2017苏州品牌博览会”,为企业提供展示品牌形象、提升品牌知名度和竞争力的平台,以丝绸服装和装饰为重点,打通上下产业链,线下线一体化品牌展示,更好地服务苏州传统产业供给侧改革。博览会期间还将同时举办商标品牌价值提升、商标权保护、商标国际注册等论坛,为品牌企业提供沟通、交流的机会。

为进一步增强行政执法与刑事司法衔接工作的整体工作合力,搭建案件信息共享平台,苏州制定出台了相关规定,建立起网上衔接、信息共享、沟通便捷、防范有力、查处及时的打击犯罪协作机制。2015年和2016年,打击假冒侵权工作在省政府考核中总分分别居全省第二位和第一位。(新华)

2018 戊戌狗年 生肖纪念章 上市发行

2018年是戊戌狗年,为弘扬中华民族传统生肖文化,中国金币总公司推出了衍生产品狗年生肖纪念章。

据了解,狗年生肖纪念章(喜金、喜银、圆形金、银、银镀金、铜纪念章)采用999足金、999足银、999足银镀金与紫铜打造而成,形制分为喜字形和圆形,共计21枚,其中金章10枚,银章7枚,银镀金1枚,铜章3枚。喜金、喜银纪念章形制为喜字形,通过汉字“喜”字的形制,将中国生肖文化与汉字艺术相结合。

圆形金、银、银镀金、铜纪念章形制为圆形,圆形金、银、银镀金纪念章共同正面图案由简笔狗造型、古代著名书法家赵孟頫书法“狗”字等元素组合图案,并刊中国金币标志、“2018”“戊戌”字样以及成色、重量。背面图案采用狗的造型,大规格纪念章周边辅助装饰以元宝造型、如意花边和十二生肖铜镜浮雕组成。

小规格纪念章周边辅助装饰以代表春天的桃花、代表夏天的荷花、代表秋天的菊花和代表冬天的梅花,来表达四季吉祥的美好寓意。仿古圆形银、铜纪念章的共同正面图案为侧面狗头剪影造型,背景衬以中国传统“五福”的吉祥词语底纹,并辅以“狗”中英文字样和俱苏摩花图案,寓意生肖狗年五福临门、吉祥和乐。

据悉,这套纪念章由中国金币总公司发行,沈阳造币有限公司、深圳国宝造币有限公司和上海造币有限公司铸造,北京开元中国金币经销中心总经销。(李桦)



校园音乐人出路何在? 酷狗校际音超联赛为其打开更大音乐市场

在广州市委宣传部的倾力指导下,由国内第一数字音乐平台酷狗音乐,连同酷狗直播、酷狗唱唱、芒果娱乐共同打造的《酷狗校际音超联赛》自9月15日启动报名以来,这场定位青春、热血,聚焦校际之间竞赛的巅峰赛制就一直活跃在全国范围内的大学校园。而在12月23日,这场比赛也最终尘埃落定,来自广州的星海音乐学院在现场10家媒体,5位最严苛制作人联合胡彦斌、陈粒、金志文的评选中击败全国1755所高校勇夺酷狗校

际音超联赛冠军。本次比赛吸引了线上线下4.5万人报名参赛,参与投票人数超过200万人,战线覆盖全国各个地区。

据了解,过去,校园虽然作为优秀原创音乐内容的重要发源地,但却少有校园音乐人能有足够的资源及平台走到大众面前。这一次酷狗将目光锁定大学校园,通过《校际音超联赛》挖掘在“象牙塔”中潜藏的音乐的力量,将这些优秀的音乐人聚集到一起,并借助酷狗音乐、酷狗直播、芒果娱乐三大平台的影响

力,提供给他们一个曝光甚至是爆发的平台和机会,让他们可以走到更大的市场中去。

《酷狗校际音超联赛》一直立足于校园音乐人现状,致力于为校园音乐人发声,让更多校园音乐人出现在聚光灯下,为他们的音乐道路保驾护航,唱响校园原创音乐,让更多的校园原创歌声出现在观众面前,助力广州乃至全国文化交流,使得“花城”广州彰显其“音乐之城”的名号。在决赛当晚,广州市委宣传部副部长朱小薇莅临现场观摩了比赛,对于

一直在做校园音乐扶持的酷狗,他表示,校际音超联赛是一个为原创发声、为梦想发声,给热爱唱歌的高校人群提供一个展现自我的平台。全国大学生原创歌曲征集大赛除了可以完善音乐产业链上游内容创作的战略布局,也可以为有梦想和实力的音乐人提供更好的发展空间和产业资源。

至此,2017年《酷狗校际音超联赛》就圆满落幕,未来这些高校音乐人会如何发展,让我们拭目以待。(政雄)

创新科技 引领企业快速发展

21世纪各行各业的发展总体围绕着科技进行。可以说,对科技的不断创新,造就了如今这个精彩纷呈的世界。现代企业之间的竞争,从本质上来说就是技术的竞争,人才的竞争。企业拥有最具创新力的人才,研发出最先进的科技,就能获取竞争优势,成为佼佼者。新能源行业作为新时代下最具潜力的新兴产业之一,在发展的过程中表现出了巨大的活力。从业者们将创新作为重要的指导思想,不断革新技术,这对社会发展模式的变革产生了积极的影响。上海旭科新能源科技有限公司是新能源领域内的优秀企业,公司的总经理肖丽容女士极其重视科技创新,正是在她的引领下,公司得到了快速的发展和壮大。

创新是企业发展的保障

随着市场经济的发展,企业的发展理念逐渐成熟起来。管理者们纷纷认识到,依靠资源和人口红利实现快速发展的时代已经过

去,创新才是当今时代下企业提高竞争力的核心力量。上海旭科新能源科技有限公司从成立到现在,一直将创新作为发展的重要指导思想。公司主要研发太阳能路灯以及光伏发电装置,凭借先进的技术以及优质的产品获得了市场的认可,创造出了巨大的经济效益和社会效益。

公司的总经理肖丽容表示,能源危机以及环境危机的加剧是新能源行业迅速发展起来的原因。公司不断进行技术创新,推出多种太阳能路灯,不断改进光伏发电装置,就是为了对太阳能这种清洁的、可再生的能源进行充分地利用,在满足人们日常生活以及社会发展需求的同时,维护生态平衡。“对于企业来说,创新是实现自身发展的重要保障,不具备创新能力,就无法实现资源和经济的可持续发展模式。”

优秀的管理者往往具备创新精神

上海旭科新能源科技有限公司能够取得如此优异的成绩,与肖丽容女士的远见卓识、大胆创新有直接关系。她说:“管理者的思维意识以及实际行动会对企业的发展产生非常重要的影响,所以我对自己的要求一向严格。我觉得不能把思维限定在固定的范围内,既然选择了这个极具挑战性的行业,我就一定会将创新的态度坚持下去。”

作为技术团队的管理者,肖丽容非常擅长技术研发。多年来,她始终亲自参与、指导公司的研发工作。例如,她带领团队从实际出发,对传统路灯的不足进行分析,研发出了节能环保、安全方便、使用寿命长的太阳能LED路灯。她表示,只有亲自参与到研发工作中去,公司所制定的管理规划才能更好地得到落实,她才会清楚这项工作的难点在哪里,并思考如何去突破这些难点。

坚持创新,引领企业持续发展

肖丽容所采取的以创新谋求发展的策略,不仅为上海旭科新能源科技有限公司的发展提供了有效的指导,也为同行们树立了创新的榜样。

很多企业看到了肖丽容及其公司所取得的研发成果,开始认识到了创新的重要意义,并反思自身的发展模式。企业纷纷探索适合自身的创新之路,而这类企业蜕变的过程,就是整个新能源行业实现发展和进步的过程。

肖丽容表示,新能源行业方兴未艾,以太阳能LED路灯、光伏发电装置为代表的“明星”产品,具备很大的市场潜力。她说:“我会带领公司继续坚持创新研发之路,不断解决新能源行业前进过程中所遇到的技术难题,真正将创新作为公司发展的驱动力,为整个行业的进步提供助力。”相信肖丽容能够带领公司研发出更多先进的技术,推出更多优质的产品。(潘云)



■ 本报记者 赵健

徐向阳,这个名字里有向往旭日东升之意,是个好名字。

身为中国重汽集团香港有限公司执行总监的他专程赶赴成都参会,就遇到了天府蓉城在寒冬里少有的暖阳天气。作为中国重汽集团公司轻卡板块的负责人,新近被任命统领重汽成都王牌公司的工作。遇上令人愉悦的好天气也许是巧合,但似乎预示着重汽王牌带来破局发展、实现腾飞、铸造辉煌的厚望。

深耕西南重镇成都的重汽王牌,历经7年的励精图治,带给了人们喜悦和希望。12月25日,在盘点重汽王牌全年业绩,谋划来年发展的重汽王牌2018商务年会上,重汽王牌亮出自己的成绩单,2017年不仅实现连年保持两位数以上增长,更是首次突破了4

万辆的销售业绩,较去年增长了23.5%,创历史新高。而对即将到来的2018年,徐向阳也给出了产销各种商用汽车5万辆,力争6万辆销售大关的年度目标,这将会再创王牌发展历史新辉煌。

■ 稳中求变—— 扎下最支撑快速发展的根

即将逝去的2017年是充满机遇的一年,在GB1589法规政策红利的持续释放、物流行业的快速发展、国家基础设施建设拉动及“一带一路”倡议的有力带动等多种利好因素共同作用下,物流市场迎来了一轮全新的变革,国内重卡市场销量更是呈井喷之势而创历史新高。

从2010年9月重组挂牌至今,在以靳文生为首的领导班子的带领下,重汽王牌不断强化管理创新、提升产品质量、加大技术升

厚积才能薄发 ——新形势下观察重汽王牌因势而变谋发展

级、注重新能源汽车等新产品开发,推进精益生产、创新营销模式,积极开拓国际、国内市场,全力塑造品牌形象。

在重汽王牌在全体员工的共同努力下,不断推进“精品”战略的实施,不断创新管理提升,通过合作伙伴及客户的大力支持,凝心聚力、锐意创新,坚持以市场为导向,精准把握市场脉搏,切实满足客户的需求。拼订单、抢市场;保生产、促交付,各项工作皆取得了很好的突破与提升,产品国内、国际市场多路开花,产品销量也直线上扬。

可以说,重汽王牌7年来最富有成效的工作之一就是坚持技术创新和不断进行新产品开发,最大程度满足了用户的需求。为此,重汽王牌先后投入近10亿元建成冲压、焊装等全自动化生产线,提高了工艺装备水平和生产能力。全新的厂房、生产线、机器人设备将重汽王牌以一个全新的面貌推至一个崭新的起点。

面对经济新常态,重汽王牌积极探索创新发展之路,形成新的发展优势:增加产品线,加大资源投入,加大产品研发速度,丰富重汽王牌产品线;强化营销,加快市场战略和产品。经过重汽王牌产品改进实施的“011工程”以及建成的“012中重卡生产工程”,重汽王牌的产品结构调整取得根本性变化,形成轻卡、重卡两翼齐飞的格局。产品系列由原来的2个增加到5个,基本涵盖了货车的所有品种;拥有的专利技术授权达到近410个,其中有15个发明专利,产品技术、质量有了较大的提升,公司的核心竞争力正在得到加强,并由整合稳定、打好基础之上到今天加速发展的阶段,也更好地传承了集团公司“新时代,不忘初心;再出发,砥砺前行”的企业使命。

■ 主动谋变—— 找准最适合自身发展的路

经专家预测,2018年的汽车产销量将达到3000万辆,增长幅度在3%左右。载货汽车市场将延续2017年的趋势;另外受执行新国标,黄标车淘汰的加速,超限超载的严格治理等政策法规的影响,载货汽车更新换代周期会加快,需求量也将呈现结构性增长。

因此,重汽王牌应时提出2018年企业目标:以市场为导向,产销5万辆,力争6万辆,收入50亿,力争60亿。全面改进质量,全面提升技术,加强三全服务,保持公司健康、稳定、持续发展,成为西南区域汽车行业的领头羊。

新年里,重汽王牌将重点围绕“全面质量管理”开展工作,以技术突破、采购管理和精益制造为主线进行升级,打造产品质量的竞争力。重汽王牌紧跟市场步伐,通过技术研发与创新,对原产品进行了全面升级换代,产品实现了7大优化,64项改进,81项提升,产品外观、配置、内饰、线路、设计、驾驶舒适度等,进行了全面的提升与完善,为未来迎战激烈的行业大市场,奠定了坚实的基础与竞争优势。2017年重汽王牌产品质量提升成果显著,与2016年相比,千台故障率下降46%,整车维修率下降20%,AUDIT质量评审扣分降低10%。

同时,重汽王牌将加快新产品研发进度,及时开发国六产品,将适应市场的新产品及及时投放到市场,让王牌汽车成为用户最满意的产品,用户最欢迎的产品,大力进行“四个突破”,即“在中重卡销售上有突破,在新能源汽车销售上有突破,在专用车市场再突破,在大客户的开拓上有突破”,这也将成为重汽王

牌2018年工作的重中之重。

经过2017年的技术状态调整,精品车型的开发和产品品种的聚焦,重汽王牌的产品技术状态更加稳定,产品质量上了一个很大的台阶,精品车型可以与国内一线品牌媲美。新的一年公司将向经销商提供外观、操控、可靠性更高的产品投放市场。

随着国家清洁能源和新能源政策的不断深入,绿色产品布局是车企不可忽视的战略之一。重汽王牌积极开展绿色产品布局,力争走在行业前列。2017年,重汽王牌清洁能源汽车准备充分,中重卡LNG牵引、LNG自卸全面上市,轻卡LNG,轻卡CNG,轻卡自卸LNG,微卡双燃料,微卡CNG,全系列新能源汽车布局已全部准备到位。

在商务年会上,重汽王牌发布了新能源系列品牌——翼狮,主打新能源城市物流车型,基本型覆盖2.5吨和4.5吨两个平台,每个平台包含封闭式厢车和轻卡厢车,满足解决室内封闭式物流需求。

同时,加快国际化战略推进,发挥中国重汽集团在海外市场卡车第一品牌优势,加大国际市场开拓力度,提高出口量,向国际化目标迈进;迎合“互联网+”发展的大趋势,加快智能制造和工业与信息化融合推进,完善提升信息化管理水平,加大智能化设施投入,将重汽王牌打造成西南地区商用车制造业的领头羊。

志合者,不以山海为远;共济者,不以风雨为艰。重汽王牌董事长、党委书记靳文生发出豪言:王牌有能力从优秀走向卓越,有雄心从国内走向世界,企业的目标就是“建百年重汽,创世界王牌”。路,就在我们脚下;机会,就在我们手中,让我们以海纳百川的气魄,风雨同舟,携手同行,2018年的目标就一定能够实现。