

“中国品牌”全球排名节节高 “中国制造”升级显成效

■ 姜琳

英国知名咨询公司 Brand Finance 最近发布的“2018 年全球品牌 500 强”报告显示，中国上榜品牌连年攀升，10 年来价值上涨近 9 倍，在全球品牌 500 强价值占比从 3% 提高至 15%。

“中国品牌”全球排名“节节高”，凸显“中国制造”转型升级正在“显成效”。

22 个中国品牌跻身“全球 100 强”

Brand Finance 的报告显示，2018 年，共有 22 个中国品牌进入了全球 100 强品牌，较 2017 年增加了 6 个。

它们分别是：中国工商银行、中国建设银行、阿里巴巴、中国移动、中国银行、国家电网、腾讯、华为、中国农业银行、平安、中国石油、中国建筑、中国电信、中国石化、微信、茅台、百度、京东、招商银行、恒大集团、浦发银行和五粮液。

据了解，这一排名主要根据品牌实力、创新能力以及未来销售预期等多方面综合计算得出。

“能够成为世界知名品牌，背后一定蕴含着高品质、高技术、高服务甚至高性价比。”国家制造强国建设战略咨询委委员徐佳宾说，过去三星、苹果是智能手机的绝对主流，但现在华为、小米等国产手机不但占据国内大部分市场份额，在国际市场也业绩惊人。

正如报告称，“中国品牌的增长不仅局限于科技领域。”“随着中国成为全球制造业的



● 2月7日，运动品牌李宁以“悟道”为主题，出现在纽约时装周 2018 秋冬秀场，惊艳了全场。

中心，中国品牌正继续以惊人的速度缩小与美国品牌的价值差距。这表明中国企业越来越重视品牌建设力度，品牌越来越全球化。”

高品质推动中国企业“海外开花”

“中国品牌不仅要能‘走出去’，还要‘走进去’‘走上去’，即在文化、价值、企业理念等层面形成全球共振。不仅要求企业自主品牌创新、科技进步，更要求质量、售后服务等综合价值的提升。”北京新世纪跨国公司研究所副所长丁继华表示。

2月7日，纽约时装周第一个“中国日”在天猫赞助下举行。李宁、太平鸟等中国服装品牌靓丽登场。年仅 26 岁的设计师陈鹏带来

中国狗年图案的羽绒服、手袋等，其同名品牌已经穿在了蕾哈娜和嘎嘎小姐等名人身上。

离春节仅剩几天，遥远的尼罗河畔，中国国家电网下属中国电力技术装备公司 100 多名中国员工决定留在埃及，以确保两国合作的输电工程能按期完成。同样技术标准下，当地施工水平为每年 200 公里，中方则是 1200 公里。

“产品品牌，从根本上取决于消费者对其品位和质量的认可。”徐佳宾认为，近年来，日益增强的自主创新、过硬的产品和服务质量以及知识产权保护，真正推动了中国企业“成功出海”和中国智造“形象提升”。

西班牙《世界报》这样评论：除了手机，物联网和电商巨头腾讯和阿里巴巴等知名企

也在国际上为中国提高了声誉；海尔、海信、美的等家电品牌也开始赢得欧洲消费者的信赖。中国为“中国制造”正名的努力已经初见成效。西方世界对中国的看法也逐渐出现了改观。

创新加速“中国制造”转型升级

专家表示，中国企业在全球的品牌影响力整体呈现上升的趋势，但也要看到，相较“世界工厂”的地位，中国还不是“品牌大国”，还需向着“中国创造”和“制造强国”不断努力。

“要做好持久准备。一方面，与发达国家相比，我们的创新能力总体还有较大差距；另一方面，即便是现在很多中国品牌已超过西方传统品牌，但海外消费者仍需要一定时间接受和认可。”徐佳宾说。

中国企业需要更多走向世界，全球舞台上也需要更多中国品牌的身影。

接下来，中国需要进一步加大创新力度，推动供给侧结构性改革和“中国制造 2025”再上台阶，使企业产品真正实现从数量到质量和效率的提升，增强中国制造的品质和中国创造的影响力。

同时，中国企业也需要加大对品牌建设的投入，提高海外受众对品牌的认识，加深人们对产品质量的认知，从而提高对品牌的信任。

正如外媒评价，中国继续在科技创新领域屡创佳绩，要想彻底改变既有印象，中国依然有很长的路要走，但是这一天终将到来。

**河南省商务工作会议
在郑州召开
河南鲜易在大会上
做典型发言**

本报讯（记者 李代广）2月23日至24日，河南省商务工作会议在郑州召开，河南省商务厅厅长焦锦淼、厅党组书记张延明，各省辖市及所辖县（市、区）、省直管县（市）、航空港区商务主管部门主要负责同志，国家级、省级经济技术开发区管委会负责同志，综合保税区、保税物流中心（园区）负责同志等共计 380 余人参加了会议。

河南鲜易供应链有限公司相关负责人在大会上做了题为《多业融合 多网协同 多式联运，构建智慧冷链物流综合服务平台》的典型发言。

河南鲜易供应链有限公司成立于 2009 年，定位于中国温控供应链集成服务商，主营业务涵盖冷链物流、冷链资源交易、冷链公共信息等基础服务和供应链金融、供应链优化等增值服务，致力于为客户提供系统化的温控供应链集成服务方案。

近年来，在各级政府和商务部门的大力支持下，公司将物联网、大数据等新技术融入冷链物流服务，构建冷链仓配一体化服务平台、智慧冷链物流综合服务平台、全球生鲜供应链服务平台和供应链金融服务平台，初步实现了多业融合、多网协同和多式联运。2017 年，公司实现营业收入 17.6 亿元，平台交易额 65.2 亿元，同比分别增长 32.5% 和 51.2%，成为中国温控供应链的标杆企业。

这位负责人介绍说，鲜易供应链公司在全国主要物流节点城市布局 39 个冷链物流基地，运营 965 条线路，覆盖 229 个城市，形成了全国统一的、分布式和路由式的云仓网、运输网和城配网。公司依托河南自贸试验区、郑州航空港区和跨境电商综试区等开放平台，发挥河南省肉类口岸和公司在华东、华北等区域保税仓优势，与全球 26 个国家 118 家厂商合作，为 1368 家餐饮团膳、KA 商超、服务商、分销商提供报关报检、跨境物流、保税仓配、国内分销等跨境生鲜供应链一站式服务，实现了生鲜食品“全球采购、全国分销”。

2017 年 11 月，完成了河南首单生鲜多式联运，为促进国际贸易便利化进行了有益探索。

对于今后的工作，这位负责人介绍说，“十三五”期间，我们将加快智慧冷链物流网络化布局。一是发挥河南省综合交通和产业基础优势，在省商投产业引导基金和社会资本支持下，投入 33.6 亿元，加快布局以郑州中原冷链谷为中心，以省辖市和已建在建的许昌、安阳、新乡、驻马店、洛阳、永城等园区为支撑的冷链物流基础设施网络和冷链物流市场体系。二是投入 12.9 亿元，以合伙人、战略重组等多种方式整合 16 家同行业优势企业，完善全国重要物流节点城市网络布局。三是投入 6.6 亿元用于省内 30 个生鲜配送中心（T C）基础设施改造建设。四是投入 3.7 亿元，加快海关监管区、保税库功能升级，提升肉类口岸服务能力，拓展 6 个海外集采渠道。通过对以上重点领域的投入，形成密植河南、辐射全国、链接全球的智慧冷链物流基础设施服务网络。

“习郎”跨河相约 共谋酱香白酒新篇章

近日，习酒公司、郎酒集团 2018 新春联谊会在习酒举行，记者从会上获悉，双方将共同维护中国酱香白酒市场，维护好消费者利益，助力当地经济发展，实现百姓富、生态美的发展格局。

早在 2013 年，泸州与遵义缔结为友好城市，时隔五年，2018 年 1 月份，宜宾与遵义缔结为友好城市，川黔两省将共同推动白酒产区经济社会及产业发展。

泸州、宜宾和遵义三个城市链接起来，是一个稳定的三角形，如在这个形状上注入白酒产业基因，则形成了众所周知的“中国白酒金三角”。

“中国白酒金三角”缔结友好城市，意味着川黔两省从竞争时代走向竞合时代。

习酒与郎酒两大酒企主动交流、学习与发声，释放出酱香白酒发展的积极信号，将为白酒产业发展带来新机遇，酒企的高速增长换来“新高度”。

习酒与郎酒一河之隔，却一衣带水，虽属不同省份，但都生长在赤水河。

茅台集团党委书记、副总经理，习酒公司党委书记、董事长张德芹在会上表示：“近年来，白酒行业发展进入‘增长期’，白酒企业要以茅台为引领，因势利导，抓住发展机遇，弘扬中华传统文化，丰富中国白酒文化内涵，推动白酒产业发展。”

郎酒集团有限责任公司董事长汪俊林表示，茅台、习酒和郎酒因赤水河而生，茅台是中国白酒的“老大哥”，习酒是郎酒的好邻居、好伙伴。此次新春联谊会旨在加强沟通、深化合作、相互学习，共同做大酱香酒市场。

张德芹与汪俊林的发言中，“赤水河”成为他们发言的重点“关键词”之一，习酒与郎酒共同发声，要携手致力于改善和保护好赤水河流域生态环境，为助力当地实现“酒旅一体化”发展路径，奋力开创百姓富、生态美的发展格局。



一方水土养一方人。张德芹认为，郎酒与习酒的发展，以赤水河为纽带，在赤水河生态环境的改善和保护上下“苦功夫”，做好“酒文章”，扩大“酒天地”，共同致力于打造赤水河白酒经济带。

同心同德向同行，全力推进酱香白酒大发展。作为共依赤水河流域的毗邻友好企业，郎酒与习酒有着源远流长的深厚友谊。

茅茅集团总经理助理、习酒公司总经理钟方达表示，在国酒茅台的引领下，共同做大做强优酱香白酒市场；担当民族品牌责任，携手将赤水河谷酱酒独特优势发挥极致；巩固成果、深化合作，将双方沟通交流、资源共享、互利共赢的机制常态化，进一步深化在白酒生产技术、企业文化、标准质量、环境保护、物流交通等方面的战略合作，实现共同进步和发展。

下一步，双方将逐步形成长效的交流机制，深化合作关系，共同构建酱酒市场大格局，带动地方经济，造福一方百姓，实现更大跨越。

（陈华永）

■ 新华社记者 梁建强 孙亮全

污水横流的房间内，没有任何消毒等安全措施。一堆经劣质硅油浸泡的安全套放在蓝色桶中，经过布满油污的覆膜机为它们添加外包装，这些安全套摇身一变，成了“杜蕾斯”“冈本”等知名品牌产品。

近期，记者接到爆料人的信息后展开调查，并联系公安机关核实了解相关信息，一起涉及国内多省市、形成了“产业链”，主要通过网络销售，案值超过 500 万元的制售假冒知名品牌安全套案件浮出水面。

**跨省采购设备、包装
黑作坊源源不断地生产假冒知名
品牌安全套**

“网上和部分实体店铺销售的一些知名品牌的安全套，有些实际上是假货。”日前，记者接到一位湖北籍知情人士爆料，一些假冒的品牌安全套，正在流入市场。

通过调查，并公安机关了解到，部分制售假人员，从购买设备、加工、包装再到售卖，正在形成完整的“产业链”。

其中，在山西，2017 年年底，一条线索被转至运城市公安局盐湖分局。这一线索显示：王某、陆某等人在运城盐湖区非法加工、销售

成本几角钱售卖数十元 ——跨省制售假名牌安全套窝案调查

假冒杜蕾斯、冈本、杰士邦、诺丝等注册商标的安全套。

“这并非一起普通的制售假货案。”盐湖分局食品药品犯罪侦查大队大队长石进忠介绍，经过调查，警方发现，案件涉及地域广泛，涉案人员多，其中有 6 个窝点被锁定。

经过 1 个多月的蹲守、研判后，日前六路警方同步开展了抓捕行动。警方突袭时，部分制假人员仍在把已经覆膜的安全套装入各色包装盒中。

石进忠介绍，初步调查显示，王某等人从浙江等地购进包装盒，从河南商丘、郑州等地购进安全套裸套生产、包装机器，将裸套倒进装有硅油的桶中，浸泡后捞出来放在覆膜机上覆膜，再以每包装一盒给一毛钱的加工费的方式，从附近雇佣村民进行包装。

警方锁定的 6 个窝点，共查获了两套覆膜机、封口机等机器，还有 170 多万只已经用覆膜机加工好的安全套，其中大部分已经装盒、装箱。此外，警方还查获了约 27 万只安全套裸套，抓获涉嫌构成生产销售假冒伪劣产

品罪的王某、陆某等多名犯罪嫌疑人。

成本几角钱售卖数十元 高利润催生跨省制售团伙

制售假名牌安全套的人员，是如何形成“上下线”的？记者调查发现，其中有“网友”在线联系，也有哥哥带弟弟入行，还有孕妇参与其中。

被警方抓获的王某，今年 32 岁。2016 年，王某在网上聊天时认识了河南籍加工、销售假安全套的女子杜某。杜某得知王某近年一直从事网络销售工作，提出聘请王某为她销售产品，给他月薪 3000 元加提成，并以郑州严查假名牌安全套为由，提出把加工设备搬到运城。同年 10 月，王某通过朋友陆某找了一个村子找了处院子，安置机器。此后，陆某也加入进来。

办案民警张丰胜介绍，2017 年 3 月，王某把比他小两岁的弟弟带“入行”。兄弟二人，都大学毕业。

王某称，他们和杜某主要通过微信、QQ 联

系，确认要货时间、种类、数量、价格等。截至被抓获，他为杜某销售的假冒知名品牌安全套共获约 10 万元货款，他的工资加提成约 2 万元，销售渠道既有微店、微信、拼多多、淘宝、京东等网络平台，也有部分线下成人用品店。

警方顺藤摸瓜，锁定了住在郑州的 24 岁的黄某。“杜某”是她对外联系的化名。2 月上旬，警方在河南郑州对黄某及其丈夫实施抓捕。

经审讯，怀孕临产的黄某承认自己就是与王某联系的“杜某”，对犯罪事实供认不讳，与王某兄弟等人供述基本一致。

目前，警方正在对此案进一步侦查。按照犯罪嫌疑人供述，一盒三支装的假冒名牌安全套，成本价仅 0.42 元，在市场上可以卖到 10 多元到数十元不等，利润惊人。

制假售假屡打不绝 斩断“产业链”需综合施策

制售假冒知名品牌安全套，俨然已经形成“产业链”。黄某称，在向下发展王某等“下

线”参与的同时，她用于制造假冒安全套的机器、半成品安全套大多来自河南新乡、商丘等地的“上线”。制假、售假各有分工。

多位参与办案的民警认为，制售假冒知名品牌安全套之所以屡打不绝，一方面，是因为利润较高，使一些人铤而走险；另一方面，加工窝点多租用民房，售卖行为主要通过网络平台进行，隐蔽性相对较强。

华中科技大学公共管理学院教授王国华认为，互联网时代，借助网络渠道，假冒伪劣产品销售的范围更广，容易造成的危害更大、影响更广，这也对政府部门的监管工作提出了新的要求。“涉及公安、工商、网络监管等部门，应该加强协调、综合治理，形成合力。”

王国华说，针对一些屡打不绝、屡禁不止的制假行为，还应该探索跨地区的交叉执法机制，通过信息情报共享、跨区域交叉联动，彻底清除相关“产业链”。

遗失声明

晏礼财（身份证号码 510229197104043298），遗失煤矿安全生产管理人员资格证书。证书编号 1705100215651，发证机关：四川省安全生产监督管理局，发证时间：2017 年 11 月 23 日。特此声明作废。