

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 190 期 总第 9233 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2018 年 9 月 9 日 星期日 戊戌年 七月三十

品牌资讯 | Brand Information

徐州 11 月将举办 淮海经济区品牌节

为贯彻落实品牌强国精神,促进淮海经济区品牌联动发展,加快淮海经济区中心城市品牌,第三届淮海经济区 20 城市品牌节、第六届中国徐州品牌节定于 2018 年 11 月 17—18 日在徐州举办。

本届品牌节的主题是“20 名城、100 品牌、1.2 亿消费者”,旨在搭建多省市跨界合作的高端企业圈层交流平台,为品牌创新发展和产业转型升级提供智慧支持,使品牌建设成为推动徐州经济社会高质量发展的强引擎。

届时,将邀请有关部委领导、品牌领域权威人士、业界领军人士、知名企业高管、知名专家学者、知名媒体代表等约 300 人到场。

本届品牌节拟举办 2018 淮海经济区品牌高峰论坛、淮海经济区优秀品牌微电影展/高峰论坛、品牌榜样 100 强评选/颁奖盛典、淮海经济区品牌博览会、二十城市书画名家作品展等系列大型活动。(于立霄)

新疆阿克苏地区 打造旅游品牌

新疆自治区旅游发展大会吹响了旅游兴疆的号角,阿克苏地区将全力打造一批旅游品牌,加快推进旅游目的地品牌建设,推进旅游业发展由旅游资源大区向旅游经济强区跨越。

今后,阿克苏地区将打造托木尔世界自然遗产旅游核心集聚区品牌,整合阿克苏市、温宿县优势旅游资源,以阿克苏市为集散中心,以托木尔自然保护区、托木尔大峡谷、托木尔森林公园为核心支撑,辐射带动天山神木园、海力方欢乐海世界等周边景区,建设集(峡谷、冰川)摄影观光、户外徒步探险、避暑度假、生态科考、地质科普于一体的托木尔旅游环线,打造托木尔世界自然遗产旅游区,并努力打造龟兹世界文化遗产旅游核心集聚区品牌,整合库车县、拜城县、新和县境内龟兹文化资源,合力打造“龟兹文化”品牌。以龟兹世界文化遗产(克孜尔千佛洞、克孜尔苏干石窟、苏巴什佛寺遗址)为核心,以国道 217 线、314 线为轴线,辐射带动库车王府、唐唐屯遗址群、新和加依民族乐器村等景区,建设龟兹文化核心区。

同时,打造阿克苏南疆旅游集散中心品牌,重点依托阿克苏森林公园、国家湿地公园、多浪河景区,加快推进阿克苏南疆旅游集散中心、阿克苏市依干其乡苹果小镇、电影小镇项目建设,实施依干其乡巴格其村民俗、民俗、农家乐、采摘旅游带动脱贫致富整村推进,结合周边阿瓦提刀郎部落、乌什燕燕山、沙棘林、百里休闲绿道等景区和基础设施提升项目,打造阿克苏南疆旅游集散中心城市休闲、度假、慢生活品牌。到 2020 年,“三大核心品牌”形象基本确立,目的地服务功能将更加完善,并具有较强国内影响力和市场竞争力。(吕娜)

第十二届河北品牌节 在石家庄举行

9 月 4 日,由河北省发改委、省质监局、省工信厅、省住建厅、省农业厅、省旅发委、省国资委、河北日报报业集团、省品牌战略促进会共同主办第十二届河北品牌节在石家庄举行。

本届河北品牌节以“智造强省绿色河北”为主题,以“展示、交流、沟通、发展、共赢”为活动宗旨,举办了第十二届河北品牌节开幕式暨河北省质量品牌发展大会、河北智造与品牌提升高峰论坛、河北知名品牌博览会等系列主题活动。在河北省质量品牌发展大会上,主办方发布和表彰了一批具有代表性的名优品牌和典范县(区)。通过各地推荐及专家评审,126 家企业获得 2018 年度“河北名片”称号,10 个“河北品牌建设典范县(区)”获表彰。

与会专家指出,当前已进入品牌经济时代,河北应按照国家培育国际优势品牌的原则,培育一批优秀品牌企业,进一步参与国际竞争,拓展全球市场。(马彦铭)

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com



风险和挑战并存 寻找中国品牌转型升级路径

◎品牌发展要抓住突破市场的机遇 ◎市场化、国际化的政策导向是机遇 ◎更开放的市场能够成就强大的中国品牌

中国品牌亮相IFA展 打造中国新名片



美的在IFA上的展示区一角。

■于新

2018 年 8 月 31 日到 9 月 5 日,一年一度的 IFA 柏林国际电子消费品展如期而至,全球新科技企业纷纷云集德国柏林。值得一提的是,今年,中国厂商不仅参展,相比往年更有反客为主之势,让中国“智”造成为新的焦点。柏林国际电子消费品展览会,简称 IFA,是目前世界上最具规模的电子产品博览会之一,被誉为“全球家电电子风向标”。作为欧洲最大的技术贸易展会,每年都有数百家甚至数千家公司科技产品亮相 IFA,按照惯例,每年也会有不少新产品在 IFA 上亮相。

在今年的 IFA 上,超过三分之一的厂商



来自中国,借助 IFA 的全球影响力来发布自己的新品及战略,打造属于中国智造的“新名片”。

■于新

联想则在

此次展会上发布了一款名为 Yoga C930 的 Yoga 系列最新高端二合一笔记本。

作为第八年征战 IFA 的中国品牌代表,TCL 坐拥本届 IFA 展上中国企业中最大的展厅,携旗下电子、家电、通讯等全矩阵旗舰产品全面亮相 IFA。TCL 高端子品牌 XESS 首款浮窗全场景 TV、TCL 电子全新产品 X8 和 C7 及 TCL 通讯新品 BlackBerry KEY2 LE 等全新产品悉数到场,向世界展示了一幅未来智能生活的景象。华为发布了新一代处理器——麒麟 980。



一年一度的 IFA 柏林国际电子消费品展如期而至,全球新科技企业纷纷云集德国柏林。值得一提的是,在今年的 IFA 上,超过三分之一的厂商来自中国,借助 IFA 的全球影响力来发布自己的新品及战略,打造属于中国智造的“新名片”。

■于新

联想则在

此次展会上发布了一款名为 Yoga C930 的 Yoga 系列最新高端二合一笔记本。

作为第八年征战 IFA 的中国品牌代表,TCL 坐拥本届 IFA 展上中国企业中最大的展厅,携旗下电子、家电、通讯等全矩阵旗舰产品全面亮相 IFA。TCL 高端子品牌 XESS 首款浮窗全场景 TV、TCL 电子全新产品 X8 和 C7 及 TCL 通讯新品 BlackBerry KEY2 LE 等全新产品悉数到场,向世界展示了一幅未来智能生活的景象。华为发布了新一代处理器——麒麟 980。

品牌之争 新品发布之外的第二“战场”

各大品牌在 CES、IFA 这种世界级展会上的较量,从来不只是停留在抢夺更大面积的展位,争先发布最新技术新产品层面,往往也伴随着一场激烈的广告战。不同于前几年,大家在展会期间看到的广告永远是三星、苹果等国际大牌,从这两年开始,中国品牌越来越成为主角。

今年参加 IFA 展,经销商和全球媒体感受极其明显的就是被 TCL 广告“刷屏”。无论途径法国、德国还是波兰等核心城市和机场,还是一路来到展馆,TCL 的品牌广告都无处不在,这让外国媒体和经销商很难相信,TCL 居然是一家中国企业,反倒像是来到了主场。这也从一个侧面印证了以 TCL 为代表的中国品牌在全球化市场上取得的巨大成功。经过 19 年的国际化发展,目前,

TCL 业务遍及 160 多个国家和地区,将近一半的收入来自海外业务。在北美,TCL 连续 3 年成为“增长最快的电视品牌”,在欧洲、亚太、拉美及非洲等地区,TCL 市占率不断提升,产品广受认可。目前,TCL 在全球已经建立起了 26 个研发机构,10 家联合实验室,22 个制造加工基地,技术创新能力也在稳步提升。

以 TCL 为代表的一大批中国企业在全球市场上的突出表现为“中国智造”提供了强有力背书。相信在不久的将来,越来越多的中国品牌将走向世界,引领全球科技的发展。

“中国家用电器创新成果推介”亮相 IFA 展

■陈军君

“第十四届中国家用电器创新成果推介”日前亮相柏林。这是“中国家用电器创新成果推介”连续第十年亮相柏林亮相德国 IFA 展。

本届成果展由中国家用电器研究院主办、IFA 柏林国际电子消费品及家电展览会和德国工会支持、北京中怡康时代市场研究院协办、苏宁易购集团股份有限公司独家战略合作,将时下中国家电最前沿的创新成果通过 IFA 展推向全球,搭建中国家电企业与世界家电产业的沟通桥梁。2009—2018 年是中国家电产业锐意革

新的十年。中国家用电器研究院院长刘挺表示,十年时间里,中国家电产业稳固了世界最大制造和消费市场的地位,同时在消费升级的客观需求驱动下,整个家电产业完成了从价格、营销为主的初级竞争模式到技术、产品为主的高级竞争模式的蜕变。创新已经成为了业界共识,围绕技术、产品、设计、标准、服务等多维度的创新成果层出不穷。

伴随着这股行业转型升级大潮,“中国家用电器创新成果推介”活动的被关注度持续提升,申报项目、参与品牌数量和质量都在逐年增加。截至目前,本活动已经涵盖了彩电、冰箱、冷柜、洗衣机、干衣机、空调、热

水器、采暖炉、油烟机、燃气灶、空气净化器、净水机、新风机、洗碗机、浴霸、吸尘器、蒸汽炉、微波炉、烤箱和电压力锅等家电品类。本活动已经成为中国家电行业的一个平台,一大批在产业创新上颇有作为的家电企业通过“中国家用电器创新成果推介”走上了世界舞台。

2018 年是中国家电产业创新的丰收年。本届共设置年度卓越创新、年度技术创新、年度产品创新年度设计创新、年度企业标准创新以及年度最具影响力家电品牌、年度最具影响力小家电品牌、年度最具影响力外资家电品牌、年度最具影响力家电品牌、年度最具成长力家电品牌等多个类

别,让众多家电创新成果脱颖而出。其中,本届“中国家用电器创新成果推介”新增“年度卓越创新”,意在更加突出创新力量,强调行业引领,填补市场空白,让具有代表性的创新成果站上世界舞台。

“中国家用电器创新成果推介”活动持续火爆,今年也同样吸引了大量企业参与,(以下按照字母顺序排列)安吉尔、奥克斯、奥马、奥普、A.O.史密斯、巴慕达、比佛利、博世、长虹、戴森、大松、方太、格力、海尔、华帝、海信、九阳、卡萨帝、科龙、老板、美的、三菱、欧意、容声、TCL、统帅、小狗、西门子家电、夏普、小天鹅等家电品牌成为中国家电行业的创新标杆。

中国商标申请量连续多年稳居世界首位

■任民

在 9 月 1 日开幕的 2018 中国品牌节经济高峰论坛上,国家知识产权局副局长刘俊臣表示,自 2008 年实施国家知识产权战略以来,到今年 7 月份,中国累计有效注册商标 1718 万件,平均每 6 个市场主体拥有 1 个注册商标,中国商标申请量连续多年稳居世界首位。中国专利领域相继实现年发明专利申请量和国内有效发明专利拥有量“两个 100 万件”的重大突破,知识产权大国地位牢固确立。

据刘俊臣介绍,2018 年上半年,市场主体总量突破 1 亿大关,达到 1.03 亿户;2017 年中国商标申请量达 574.8 万件,同比增长 55.7%。今年前 7 个月,商标注册申请量达 418.03 万件,同比增长 49.05%,中国对全球商标增量的贡献率超过 80%。

刘俊臣强调,自 2017 年开始的商标注册便利化改革,中国国内商标审查周期已从法定的 9 个月缩短至 7 个月之内,通过马德里体系指定中国的国际注册审查周期也同步缩短,中外申请人的商标确权效率进一步提升;商标受理窗口基本遍布全国,已批准设立 154 个地方商标受理窗口;网上申请率达到 88.5%,商标全程电子化进展顺利,9 月 1 日将全面实现网上电子发文。商标变更续展周期、商标检索盲期压缩到 1 个月之内,商标检索



●国家知识产权局副局长刘俊臣

盲期的大幅缩短,使申请人有效提高了申请的通过率,商标申请数据的公开,也为社会监督不当注册行为提供了便利条件。

世界知识产权组织发布的“世界知识产权全球创新指数榜”显示,中国排名在 5 年内上升了 12 位。在全球最具价值品牌排行榜 100 强中,中国的上榜品牌已经从 2012 年的 1 家增加到 2017 年的 13 家,品牌价值增长了 937%。中国商标品牌研究院通过对沪深上市公司品牌的研究表明,2017 年沪深上市公司商标品牌价值“百强”企业的商

标品牌价值总额接近 4 万亿元,占“百强”上市公司市值总和的 19%,商标品牌价值已成为上市公司的重要价值组成部分。

此外,刘俊臣还指出,各地通过打造“地理标志、龙头企业、农户”经营模式,形成了“农产品—地理标志商标—产业发展”的黄金链条,在运用地理标志精准扶贫工作中,发挥了积极作用。截至 2018 年 7 月底,我国已注册地理标志 4453 件,是实施国家知识产权战略之前的 15 倍,其中一半以上的地理标志成为区域经济支柱产业。

深圳“国家品牌馆”或将在年内开馆

■李云云

记者日前从国家品牌馆运营方获悉,国家品牌馆或将于今年内正式开馆运营。这标志着深圳品牌之都建设又向前迈进一步,深圳将迎来品牌之都的新时代。

品牌是生产者 and 消费者共同的追求,是企业乃至国家综合竞争力的重要体现,其建设关乎国家整体实力。自 2017 年起,我国将每年 5 月 10 日设立为“中国品牌日”,同年,国家市场监督管理总局正式批复在深圳建设“国家品牌馆”。根据批复,“国家品牌馆”管理主体为深圳市宝安区人民政府,建设场地在宝安区大铲湾港区辅建路大铲湾国际商贸物流中心二期物业,总建筑面积 21.96 万平方米。国家品牌馆下设国家品牌中国馆、国家品牌亚洲馆、国家品牌欧洲馆、国家品牌监测中心、国家品牌孵化基金、国家品牌研究院、国家品牌新闻中心、国家品牌会议中心、国家品牌媒体联盟及国家品牌学术委员会、国家品牌专业委员会、国家品牌顾问委员会等职能部门,以及中英文版《国家品牌》学术期刊、中国元素(国际)创意大赛等。

记者了解到,国家品牌馆从服务国家战略出发,是国家品牌的重要展示平台、服务平台、交易平台、传播平台、价值平台及孵化平台,将以服务中国自主品牌为核心,推动中国自主品牌国际化,彰显中国力量。