

做中国企业的思想者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

中国品牌
Chinese brand weekly 周刊 双汇集团协办

今日 4 版 第 026 期 总第 9360 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

2019 年 1 月 27 日 星期日 戊戌年 十二月二十二

商务部:全力打造“中国服务”国家品牌

■ 程竹

据商务部网站 1 月 21 日消息,2019 年,商务部将推进服务贸易和商贸服务业高质量发展,全力打造“中国服务”国家品牌。

2018 年,商务部坚持稳中求进工作总基调,贯彻新发展理念,积极推进服务贸易和商贸服务业创新发展,各项工作取得积极成效。

一是试点示范激发服务贸易发展新动能。前一阶段服务贸易创新发展试点形成 29 条经验,经国务院批准在全国复制推广。2018 年 6 月,国务院批复同意深化试点,延长期限 2 年,范围扩大至 17 个地区,新推出 6 项开放便利举措和 34 项政策保障措施,进一步探索适应服务贸易创新发展的体制机制,建立了服务外包示范城市动态调整机制,着力推动服务外包产业集聚、引领示范和业态创新。

二是特色服务出口基地搭建服务贸易发展新平台。2018 年 6 月,会同中宣部等部门认定首批 13 个国家文化出口基地,同时,积极研究建设数字服务出口基地和中医药服务出口基地。

三是促进政策提升服务贸易发展新优势。在财政部等部门的积极支持和共同努力下,技术先进型服务企业所得税优惠政策拓展至全国;服务贸易创新发展引导基金完成了首轮 100 亿元的募资,并已启动首批支持项目。

四是服务贸易统计体系建设取得新进展。与统计局联合发布《国际服务贸易统计监测制度》,共同研究解决重点领域的漏统问题,注册的服务贸易重点联系企业大幅提升至 1.4 万家。

五是国际市场开拓取得新突破。成功举办首届进口博览会服务贸易板块、中国(北京)国际服务贸易交易会和中国(上海)国际技术进出口交易会等主要展会;加大非商业性境外办展支持力度,优化境外布局;与中东欧国家达成服务贸易合作倡议;与日本、英国、俄罗斯等 7 国签署备忘录,建立服务贸易合作机制的国别增加到 14 个。

六是服务消费实现新提升。制订实施城乡便民消费服务中心建设的指导意见,推出社区、街区、农村生活服务中心建设指南,指导地方建成 200 个城乡便民消费服务中心等,建立健全失信联合惩戒机制,为安全消费、放心消费创造了良好的环境。

2018 年我国服务贸易和居民生活服务业延续了较好发展势头,主要呈现以下特点:

一是服务进出口保持快速增长。2018 年 1-11 月,我国服务进出口总额 47414 亿元,同比增长 11.5%。其中,出口 15803 亿元,增长 14.7%;进口 31611 亿元,增长 10%。

二是服务出口增速继续保持快于进口的好态势。随着“中国服务”国家品牌影响力的逐步提升,我国服务出口能力明显增强,2018 年 1-11 月服务出口增速快于进口增速 4.7 个百分点,规模再创历史新高。服务出口占服务进出口总额的比重达到 33.3%,比上年同期提升 0.9 个百分点。

三是知识密集型服务进出口增长较快。2018 年 1-11 月,知识密集型服务出口 7777 亿元,增长 26.2%;进口 7357 亿元,增长 15.6%。知识密集型服务进出口快速增长,表明我国对高端生产性服务需求持续增长,同时也表明我国科技创新能力正在逐步提升。

四是服务消费占比提升,消费升级步伐加快。消费形态由有形商品向无形服务转变成重要趋势。2018 年前三季度,服务性消费占居民消费比重超过一半,达 50.2%,比上年同期提升 0.5 个百分点。2018 年 1-11 月,全国餐饮收入 38294 亿元,同比增长 9.5%。

广告

**双汇熟食**
SHUANGHUI DELI



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



好医生集团董事长耿福能:
经济高质量发展要走品牌发展之路探寻民族品牌振兴的先行力量
京沪深两百家老字号掌门人聚首深圳 共话品牌传承与发展

■ 东方

“老字号”是一座城市商业发展变化的重要见证,构成了一个社会历史文脉不可或缺的元素。2019 年 1 月 12 日下午,由深商总会、深圳市商业联合会主办,铭可达集团冠名赞助的第五届深商全球大会“老字号品牌传承与发展”百人圆桌论坛在深圳中洲万豪酒店举行。深商总会、深圳市商业联合会会长庄礼祥,中国商业联合会常务副会长王民,深圳市商业联合会永久荣誉会会长邱玫,分众传媒创始人江南春,招商银行深圳分行行长岳鹰,依文企业集团董事长夏华,深圳市知识产权局局长陈民钢,维也纳集团董事长黄德满,深圳市铭可达集团股份有限公司董事长郑明强等近 200 名来自北京、上海和深圳的老字号企业家、协会代表参加论坛,就老字号的传承与发展展开精彩对话,探寻深圳民族品牌振兴的先行力量。

本次老字号品牌传承与发展百人圆桌论坛,由上海中华老字号企业协会副会长兼秘书长邵玉玲率队的 10 多家中华老字号企业代表莅临现场,包括上海皮鞋厂、上海九和堂、上海美加净、上海制皂集团、上海蝴蝶缝纫机、上海好唯加、上海红心器具、上海回力鞋业、上海老凤祥等。

据悉,上海中华老字号专业委员会由上海具有一定历史和相当知名、有一定文化代表性和地方特色的一批“中华老字号”名店、名庄、名厂、名号组成。上海中华老字号专业委员会对百年民族品牌的保护和发展,为深圳“老字号”企业间的相互沟通、交流和合作起到巨大借鉴作用。

新消费时代
“老字号”如何做品牌?

老字号见证了商业发展的变化,构成了社会历史文脉不可或缺的元素。对于任何一家企业来说,了解消费者,满足他们的需求都是其成功的关键因素之一。对消费者的深入

理解,成为了企业成功的关键之道。

“老字号的出现是历史的沉淀,是在长长的历史长河中,通过激烈的市场竞争、品牌建设、诚信服务中脱颖而出,在人们的口碑中口口相传而来。”深圳市商业联合会永久荣誉会会长邱玫在致辞中说,“北京、上海的老字号都有很长的历史,并具有共同的特点:一是诚信;二是品质;三是创新;四是格局。深圳老字号虽然年轻,但它也经受了市场的检验,在年轻的深圳历史中,有着自己的商业特色,因而成为深圳商业文明的代表。”

中国商业联合会常务副会长王民表示,中华老字号是优秀民族品牌和传统商业文化的集中代表,具有不可再生的经济价值、社会价值和文化价值,是中国软实力的重要组成部分。他表示,要用创新开拓发展老字号,品牌不仅是商品与服务的有机融合,更是企业技术与管理综合素质有机结合,我们应当适应科技发展的新形势要求,将互联网+的创新成果融入企业经营之中,为老字号品牌注入新生机、新活力。

上海老字号企业上工蝴蝶是生产蝴蝶家用缝纫机的企业,这个品牌创建于 1919 年,今年正好是 100 周年。上工蝴蝶总经理陈琰认为老字号企业之所以能够持续百年,第一是恒心,100 年对于品质的坚持;第二是决心,继续把自主品牌打造好;第三是挖掘在产品当中蕴含的爱心。未来如何重新发掘老字号的金字招牌的光彩?陈琰建议老字号协会作为老字号的领头人,可以把可能存在推广困难的企业,跟有传媒推广经验的企业对接起来。

“深圳老字号”在传承“中华老字号”精神的同时,更加注重开创老字号品牌的未来方向。招商银行深圳分行行长岳鹰、维也纳集团创始人黄德满、玉禾田集团董事长周平、中航健康时尚集团董事长王岚、深圳市铭可达集团股份有限公司董事长郑明强、深圳市粮食集团有限公司总经理胡翔海、深圳市恒波商业连锁股份有限公司董事长刘德述、深圳市金晋实业有限公司董事长周南,就“酒香还怕巷子深—新消费时代下的品牌之路”、“金融

创新,助力老字号品牌传承与发展”等话题展开了深入热烈的探讨。

参与讨论的嘉宾认为,老字号文化都具有鲜明的文化特征,以及独特的工艺和经营特色,成为商业文化与价值的标签。一直以来,老字号发扬精益求精的“工匠精神”,得到了消费者的广泛认可。“酒香还怕巷子深”,只有反复擦亮这块含金量十足的“深圳老字号”金字招牌,才能让深圳商业文化的精华不断延续,历久弥新。

老字号如何拉近与消费者的“心”距离?

品牌是公司的灵魂,也是消费者持久信赖与支持的根本。不管传承还是创新,都要站在消费者的角度上,拉近品牌与消费者“心”的距离。深圳老字号的经营之道,都值得深商重视和借鉴,特别是老字号重视自主知识产权和讲求诚信经营,都为现代企业谋求百年大业所尊崇。

在新消费时代下,“老字号”的品牌之路将如何延续和发展?分众传媒创始人江南春在主旨演讲中表达了自己的见解。他表示,调动用户的心,才是摧枯拉朽的力量;未来企业经营的最高成本,一定是取得人心的成本。

他认为,商业战争的四种路径是,老大封杀品味,打防御战、避免价格战;老二占据特性,进攻老大、变老大优点为缺点;老三聚焦垂直地带;老四开创无人地带,寻找新品味。看一个产品成功与否,他认为就看三点,顾客认不认、销售用不用、对手恨不恨。“对于老字号企业而言,抓住差异化价值,保护领先的时间窗口,才能基业长青;未来成功的公司,必然拥有两样东西——不可逆的知识产权和心智产权。”

维也纳集团创始人、董事长黄德满认为,“老字号”企业要活得长久,文化的传承很重要。“深圳老字号”企业需要团结、联合起来,在整合资源的基础上,建立同业联盟、产业链联盟、消费链联盟、品牌联盟,进而形成资源

有偿共享机制,只有这样,才能在竞争激烈的国际市场上赢得更多的话语权。

依文企业集团董事长夏华以“中国智慧与创新之路”为主题,讲述了企业品牌常做常新之法;从创造增量到激活存量,从管理竞争到管理合作,从自主创新到共同创新,从中国创意到全球设计。品牌,从“新零售”到“心零售”,她认为最重要的,是要有价值观、温度、态度的商业。

上海皮鞋厂厂长张建勇、上海美加净日化有限公司总经理王琴、深圳市知识产权局知识产权促进处处长陈民钢、上工蝴蝶缝纫机有限公司总经理陈琰、深圳面点王饮食连锁有限公司董事长张和平、深圳市兆佳贸易发展有限公司董事长徐声肃、深圳市商标大数据中心主任、深圳智高点知识产权运营有限公司董事长兼 CEO 李军等嘉宾,就从“心”出发,拉近品牌与消费者“心”的距离和擦亮“金字招牌”——老字号品牌更需注重知识产权及商标保护两个话题展开了深入热烈的探讨。

老字号品牌
如何保护知识产权?

在经济全球化的发展趋势下,经济的竞争已经转化为科技的竞争、知识产权的竞争,特别是争夺专利权的竞争。近年来,深圳企业逐步走上了“自主开发,自主创新”的发展经营道路,许多老字号品牌逐渐走出国门。但随着国内自主品牌的不增加和知名度的大幅提升,侵害国内自主知识产权的情况却频频发生,“走出去”后的道路并非坦途,知识产权阻力屡屡显现,令不少缺乏维权经验的企业措手不及。

深圳市知识产权局知识产权促进处处长陈民钢表示,老字号其实就是一个商标,一个商标的传承。从商标的角度来说,深圳的有效注册商标已经达到 92 万多件,中国的驰名商标在深圳的也有 200 多件,在传承下,深圳老字号取得了比较好的成绩。但是深圳老字号商标不断被侵权,引发了老字号怎么传承和保护的问题。深圳最近也出台了深圳市的知识产权保护条例,加大对老字号商标的保护力度。

知识产权归根到底是服务企业的,知识产权保护在当前应该转变观念,采用更加务实的方法促进和保护知识产权。不管商业新业态如何发展变化,知识产权保护都是这些新的经济体得以生存、持续的基础和保障。没有了这些基础和保障,新的生态经济如同无源之水,无本之木,知识产权保护是对所有新经济业态最基本的支撑。

最后,深商总会、深圳市商业联合会会长庄礼祥在总结发言中说:“居安思危、重构品牌认知;发展是最好的传承,创新是最好的发展,依规律经营企业,才能做最强的自己;单打独斗的时代已经过去,未来必须资源共享、合作共赢、抱团发展、抱团取暖,才能产生更大效益。”

他表示,“深圳老字号”企业拥有的独特品牌理念和文化内涵,是无法效仿的核心竞争力,具有不可估量的品牌价值。他们是深圳商贸服务业的优秀代表,凝结着深圳的城市记忆,汇聚着经济特区的品牌资源,为深圳这座年轻城市增添了文化内涵和历史积淀。





好鞋伊百路 健步人生路

养生热线:400-100-2912



川味|熟食|经典

热线电话:400-6867-887

