



品牌成为经济重振最闪亮的力量

■ 陈祖栋

6月11日，来自湖北省武汉市市场监管局的消息显示，首批“武汉名品”认证试点企业名单公布，共有11家入选。其中，既包括东风本田这样大型的巨无霸车企，更有华星光电、新芯集成、华工激光、盛隆电器这样的高科技企业，还有周黑鸭、金牛管业跟生活消费品密切相关的企业。武汉市复工复产方面的最新资料显示，品牌正成为当地经济重振最闪亮的力量，一批品牌企业率先稳住产业链供应链，想方设法化危为机，重塑竞争优势。

消费领域：直播带货知名品牌产品“买它”声最响

武汉经济重启和复工复产以来，多场直播带货为武汉产品重启市场“搭把手”。网友“买它”声中，最响亮的无疑是知名品牌产品。4月8日，武汉市政府党组成员走进抖音直播间，向网友推介武汉产品，良品铺子、蔡林记、仟吉西饼、周黑鸭等武汉知名品牌主打。当天直播带货总销售额达1793万元，其中，蔡林记热干面卖出4.4万份，另有周黑鸭14.4万盒、良品铺子零食2.7万袋件。

5月10日，武汉启动“百星·百亿助力武汉”直播公益活动，全市14个区主要负责人变身“带货主播”走进直播间，百位公益明星强势助阵，力推有品牌的汉货汉产。首场直播，周黑鸭、良品铺子、蔡林记、马应龙、仟吉、爱帝、东风汽车和宁美国度等知名品牌企业、200多种产品在线推介。

据观察，此次推介各区展示实力，拼的就是品牌。地理标志产品储备、培养多的新洲区，汪集鸡汤、武兴蜂蜜、宋桃桃胶、张店鱼面等地产品品牌“飘香”直播间，直播开播仅两分钟，4种品牌土特产成交量就达到5600多单。汉阳区直播间，九州通、百威、黄鹤楼酒业、苏泊尔、味好美、健民集团6家汉阳本土品牌企业，携18款“汉阳造”产品上线，相比其他区，品牌实力不俗。

高新技术领域：武汉品牌企业“顶”起全球产业链

全球低温多晶硅显示屏市场，武汉TCL华星光电占供应的20%，质量品牌优势明显。疫情期间，武汉华星光电t3、t4两条生产线上，无人工厂一直运转如常。从3月下旬开始，产量逐步提高。4月，主打柔性显示屏的t4生产线销售已超出预期。顶起产业链，带动生产线。过去几个月，武汉华星新入职2000多人，投入满负荷运转生产。

武汉“华星光电”品牌由创新铸就：在企业发明专利申请总量上，连续4年稳居湖北企业第一；过去一年研发投入高达12.7亿元，产品与国际品牌巨头距离不断缩短。

在显示屏产业链条上，武汉“精测电子”公司是显示屏检测设备供应商，品牌影响力大，全球前十大平板显示屏生产商都是企业的客户。“疫情虽给企业造成一定影响，但集团及所属子公司已全面恢复生产，把疫情造成的损失降到最低。”公司负责人介绍说。

作为激光行业的龙头企业，“华工激光”品牌闪耀。3月23日，企业在其官网发布消息称：“依托几十年来积淀的产品、技术实力和品牌美誉度，再获国际知名3C消费电子客户大额订单，进一步夯实了激光装备核心供应商地位。”

据了解，华工激光复工以来，先后向印度、俄罗斯、泰国海外项目发出多台设备，国内方面则为武船、三一等客户提供了多台设备。“华工激光有信心跟上下游企业一起持续挖潜存量市场，突破新领域、新行业，实现新发展。”企业负责人说。

化危为机：品牌企业在产业链供应链复苏中寻找机会

在武汉，即使在疫情期间，“精测电子”公司的研发脚步也没有停下。公司技术团队已着手开展下一代显示检测技术的研发布局，并与多方合作，持续开展集成电路测试和新能源领域的检测技术研发，拓宽产业链。

这场疫情使生鲜、药品等商品的网络销售链条打通。疫情形势好转后，相当一部分市民仍保留了网购习惯，带来新的市场空间。调查显示，疫情发生以来，武汉市民的网络购药量翻了5至10倍。

疫情期间，马应龙药业集团股份有限公司为保障武汉市民用药需求，早在2月15日，就安排电商事业部提前复工，通过顺丰快递，将一盒盒药品直接送到患者手中。马应龙电商事业部工作人员表示，特殊时期，这样做既是药品电商职责所在、义不容辞，也保障了企业供应链不断档。

济南文旅扶贫在行动 打造品牌精准嫁接

■ 张晓涵

今年是我国决胜全面小康、决战脱贫攻坚的收官之年。而文旅扶贫，正逐渐成为济南乃至全国扶贫工作的新亮点。6月7日至11日，济南市文化和旅游局组织旅行社代表、专家、媒体记者等赴重庆武隆开展文化旅游扶贫协作活动，考察东西部协作的文旅项目，并为武隆培训乡村文旅带头人。而同时，济南也在本地的扶贫工作上上下功夫，打造精品项目，让文旅产业成为济南本地扶贫工作的新增长点。

济南市文旅扶贫多头并进效果显著

据悉，自脱贫攻坚工作开展以来，济南市文化和旅游局坚持多措并举，采取政府主导开发、指导合作组织开发、引进企业投资开发等多种渠道，全力推进旅游扶贫村乡村旅游项目建设。普及“发展合作组织带、引导企业投资带、支持能人创业带、依托旅游景区带、鼓励个体经营促”五大旅游扶贫模式，推广“扶持资金折股分红、个人资产入股分红、吸纳就业获取报酬、售卖农副产品获益、经营旅游接待受益”五大增收致富途径。截至目前，全市32个旅游扶贫村中绝大多数已形成包含民宿、农家乐、采摘、赏花、垂钓等内容的旅游业态，为贫困户提供工作岗位，带动贫困户售卖农副产品，每年进行分红，多措并举推进贫困户脱贫增收。

近几年，济南市为旅游扶贫村共争取专项扶贫资金2870万元。目前，各旅游扶贫村旅游扶贫项目在建设、运营等各个环节优先雇佣贫困户打工，所得收益部分或全部用于贫困户分红，带动脱贫增收作用明显。

此外，“授人以鱼不如授人以渔”，济南市文化和旅游局连续多年实施“乡村旅游千人培训计划”，通过举办进村现场培训、办班集中培训、走出去考察观摩等形式多样的培训活动，提升了各区县文旅业务科长、乡镇领导、旅游扶贫村支部书记以及乡村旅游从业人员的业务能力。截至目前，省市县三级已通过多种形式培训我市贫困村乡村旅游带头人350余人次，较好地提升了该市旅游扶贫人才队伍整体素质，人才队伍不断健全。

在这个信息时代，“酒香也怕巷子深”。如何提升文旅扶贫的知名度，也是一门学问。于是，乡村文化旅游项目也开始走上“新媒体时代”，相关部门利用微信、微博、公众号及旅游政务平台，对扶贫村旅游产品展开精准宣传推介。在发布的节假日旅游攻略以及四季旅游指南中增加南部山区、平阴、章丘、莱芜等多个区县扶贫村旅游线路，极大提升了旅游扶贫村知名度。

而在东西部协作扶贫方面，济南市也积极开展文旅帮扶工作，在对口支援的重庆武隆和湖南湘西州积极开展文旅活动。据济南市文化和旅游局相关负责人介绍，目前，济南市已开展“万人游湘西”和“万人游武隆”等活



● 济南帮扶武隆的堰塘“美丽乡村”项目

动，与武隆区签订《东西扶贫协作旅游合作框架协议》，推动济南和湘西州景区门票免票（半票）优惠政策。据悉，自“万人游湘西”活动启动以来，济南市旅行社、自驾游俱乐部积极响应，将乡村旅游特色村寨纳入万人游湘西线路，仅山东追风行者自驾俱乐部就已开展28期，组织2000余名车友参与。而在近日的考察中，济南也将考虑把自驾游武隆项目提上日程，并积极协调中铁、国旅等知名旅行社，为武隆输送旅游客流。

除了旅游方面的帮扶，济南市还在武隆和湘西州开展各种文化活动、培训班以及文化演出等，加强与贫困地区的文化交流，比如摄影采风活动、民族歌舞剧《马桑树下》的上演、非遗产品的展示展销活动等，让更多了解武隆和湘西州的自然风光和民俗风情。

文旅扶贫让乡村帮扶和东西部协作有了可持续发展前提

我国现在实行精准扶贫政策，为什么文旅扶贫会成为扶贫的新亮点呢？

山东艺术学院副教授陈凌认为，文旅扶贫在当下来看，最大的意义在于让本地乡村帮扶和东西部协作帮扶有了可持续的发展前提。文旅扶贫一般都是建立在项目制的基础之上，从产品的定位策划设计到宣传内容的制作，一切都离不开文化创意，可以让贫困地区的农产品资源、文化旅游资源有了审美价值溢价的机会与空间。而且，文旅项目完成的过程当中，势必会有更多的与此相关专业的年轻人找到创业或就业的机会，这不仅仅对于在地的经济发展起着非常重要的作用，也创造了更多的就业机会，让更多文化产业领域的专业人才找到能够施展才能的平台。而对于乡村发展来讲，如何让自然村落的文化意味以及美丽乡村建设的品牌能够有更广泛的影响力，并且创造经济价值与文化价值的双丰收，那么，将文旅资源、文旅项目作为切入点来进行系统性的深耕，则是未来乡村发展的重要机会。

山东师范大学商学院旅游系教授孙凤芝表示，文旅扶贫意义重大。因为文旅扶贫直接对接政策，可操作性、落地性强，对乡村发

展能注入活力，让乡村发展从文旅扶贫中获得新动力，实现乡村发展的目标。文旅扶贫是抓手，是精准扶贫的重要抓手和重要方式，通过挖掘贫困地区的文化和旅游资源，可因地制宜地开办旅游经济实体，帮助居民增收，改善村居环境和人民生活条件。农村文旅融合发展是释放农村活力、发展现代农业、促进农民增收的有益探索，也是推进乡村振兴的创新实践。文旅融合助力乡村振兴，在于生存、生产、生活、生态融合发展，其中，生存是基础，生态是根本，生活是目标，生产是关键。促进一、二、三产业一体化融合和农、文、旅一体化融合是乡村振兴的发展要求，也是城乡融合发展的路径选择。

济南挂职干部、重庆市武隆区政府党组成员张允峰介绍，武隆区自然生态环境得天独厚，发展“农业+旅游”新型业态优势十分明显。全国两会期间，武隆文旅扶贫成效得到习近平总书记的点赞。近年来，济南市与武隆区因地制宜，突出问题导向，聚焦打赢精准扶贫攻坚战和乡村乡村振兴战略实施，创新开展“乡村旅游+产业”扶贫模式，加大农旅融合型特色产业投入，先后投入1亿余元，成功打造莺莺乡“龙马原乡”田园综合体、沧沟乡“古渡驿站”、羊角古镇“纤夫院子”、后坪乡“云上古寨”、堰塘“美丽乡村”等扶贫样板10余处，现已成为新锐网红乡村旅游点，并成功领跑乡村旅游特色农业产业发展方向，成为全区特色产业新旧动能转换的强力引擎，带贫成效凸显。

文旅扶贫发展要避免同质化 注意人才培养

文旅扶贫，就是用艺术管理的逻辑发展创意产业和文化产业，将文旅扶贫的整个商品价值，包括品牌影响力、审美风格和产品服务的体验，进行全产业链式的打造。这不仅仅需要资本的投入、业界专业学者的关注，更需要能够实干的团队进行持续化的项目深耕，确立阶段性的目标以及战略性的规划。

孙凤芝表示，目前文旅扶贫中，同质化现象比较严重，对乡村旅游资源的理解还存在着较大的偏差，优势资源没有得到正确的解



● 文化旅游扶贫协作联合推介会举行

读，盲目发展很普遍。

陈凌认为，文旅扶贫在落地实施的政策系统性上还需要进一步的完善，因为文旅品牌的打造本身就是以个性化和资源的不可复制性为核心竞争力，所以政策的支持只是一方面，更重要的是有专业的团队、专业的人才去进行系统的在地文化的挖掘，以及品牌市场化的运作包装和运营。现在文旅资源开发的状况就是以地域差异化作为切入点，人文的、自然的，以及当地农产品往往是文旅资源开发的重要内容。目前文旅扶贫的形式就是大家已经普遍认可的这种方式，很多地方政府都在努力积极地去，包括对于当地的人文自然资源的开发、包装，在地农产品的升级设计，以及包括利用一些电商的手段直播的方式进行更为广泛的市场区域的推广。但是，目前很多地方对于文旅扶贫市场定位，以及文旅品牌的可持续发展的考虑还不具有长远规划性。

在采访中，陈凌说：“文旅扶贫有一个特别需要去扭转的观点，就是扶贫并不仅仅只是卖东西，让更多的人到这儿来消费，而是要建立品牌意识，让在地资源有一个不断突破升级，产生更多市场价值和文化影响力的目标，让其具有可持续发展的可能性。对于济南的文旅扶贫来讲，更多的建议是，能够让社会更广泛的群体力量去参与公共资源的艺术管理过程。在这个过程中，我们既能够找到文旅扶贫与市场经济更准确的链接，也能够让更多人通过创造的过程去体验和感受文旅扶贫对象的自身文化魅力。在这个过程中，一定要杜绝急功近利、力求快速变现的心态。文化的发展，旅游产业品牌的打造，都是需要时间的验证以及经验的累积的。”

重庆市武隆区文化旅游委副主任李鹏程则表示，希望将来在文旅扶贫的过程中，更加注重细节的打造，不仅仅是引流，还要加强对基础设施的配套建设。比如武隆是一个山区，只有交通的便利才能让更多的游客来到这里，让这里的文化、旅游资源得到充分发挥。

在采访中，一些旅行社的相关负责人也表示，文旅扶贫不能“一引了之”。我们给当地带来了游客，当地就要有相应的服务，这是一整套完整的资源和品牌的运作，硬件和软件都需要跟上，不然只能砸自己的牌子。

广东又一旅游品牌LOGO亮相

好消息！历时两年，经多方努力，层层考察，韶关仙门奇峡自然风景区向国家商标局申请的“仙门奇峡”商标终于注册成功！

LOGO采用了中国风格的字体，设计以绿色为主，简约的文字显得生态、自然。同时“仙门”有仙门奇观的寓意，“奇峡”突出仙门奇峡景区的三道峡谷(倩侣峡、聚龙峡、仙人峡)。

仙门奇峡旅游风景区位于南岭山脉广东韶关市乳源瑶族自治县洛阳镇，占地20多平方公里，属南方罕见的地陷地貌，是南岭山脉核心景区之一，唐代宰相张九龄曾赞美比作南岭山脉的一串珍珠，是一个融文化科教、运动娱乐、旅游观光、研学旅行、休闲养生、康养度假为一体的多元化的旅游度假景区。

仙门奇峡深入发掘文化旅游资源，打造特色民族文化旅游品牌。利用“互联网+”及大数据时代的机遇，以品牌营销建设，扩大知名度、美誉度，实现品牌溢价。景区正积极创建中国首家AAAA级景区集群，各项旅游设施和服务全面升级，打造爱国主义教育基地、首席研学旅行基地、韶关乃至华南地区一张亮丽的新名片。

安全是景区工作的核心。景区根据不同时期的安全重点，及时调整工作部署，从森林防火、防汛、防地质灾害、防雷电、防雨雪等方面，制定并实施专项安全方面的工作方案，定期清理杂草垃圾，强化水位检测力度，开展了内容丰富的工作人员培训工作，把服务礼仪和消防技能、急救、用电安全等专业知识相结合，为景区旅游服务工作安全开展提供了重要保障。

此外，景区通过问卷调查的形式充分征询游客在游玩过程中的宝贵意见，持续提高服务质量，提升游客的体验感。

景区运用新兴媒体、大数据和创意策划的宣传营销方式，创立和维护旅游景区的品牌形象。通过电视、广播、平面媒体、以新闻广告加以宣传，并用百度、头条、抖音、微信、微博等新媒体传播渠道，精心设计活动，创造更多与潜在和现实游客互动的机会。（粤旅）

三个商标“贷”来8000多万元 企业接续发展动力十足

■ 杨文娟

一场突如其来的疫情，让很多实体经济不得不中断了运营，直到2月中旬才开始陆续重启。然而，重启需要资金支持，在复工复产复营面前，很多企业负责人为融不到资金白了头。对此，河北省市场监管局及时出台“积极引导企业办理股权出质、动产抵押、商标专用权质押、专利权质押登记”等深化企业融资帮扶措施。各级市场监管部门迅速行动，帮助企业拓宽融资渠道，降低融资成本，为企业发展提供资金帮助。

河北鼎康粮油有限公司(以下简称“鼎康粮油”)是一家集粮油仓储物流、植物油精炼加工、油脂贸易、PET食品相关产品生产为一体的大型粮油综合企业。该公司于1月27日开工、2月17日全面复工。

“2020年的疫情，对于鼎康来说，确实是一场非常大的挑战。”鼎康粮油总经理李静说，公司传统的经营模式主要是销往餐饮行业，然而受疫情影响，春节过后餐饮行业的订单几乎为零，与此同时，今年公司中标了全国11个省市的军粮供应，原材料需求加大。

一边是大包装桶油积压在仓库卖不出去，另一边是小包装桶油需求激增，但因资金周转困难无法生产，怎么办？李静为资金链紧张犯了愁。

“商标权质押也能办理贷款融资！”正当李静踌躇满志时，邯郸市市场监管局在“复工复产解难题”走访活动中，送来的知识产权相关政策宣讲，一扫她多日来的阴霾。据介绍，商标权质押贷款是企业融资的一种有效手段，与厂房、土地、设备等有形资产作担保进行贷款不同的是，商标权属于无形资产，在贷款回收过程中风险更高，所以在商标价值以及盈利能力审核方面更严格。

“品牌是公司多年来精心运营的成果缩



影，商标则是品牌价值的体现。”李静说，公司一直以来就十分重视品牌塑造和产品质量，注册商标“满疆红”于2018年获得“中国驰名商标”，在行业内享有较高知名度，这些“硬指标”成为该企业能够通过审核的重要因素。

经第三方评估，李静企业的商标评估价为1.5亿元，银行最终给出了4000万元的商标质押融资方案。成功融资后，当地市场监管部门还开通绿色通道，让李静在不到20天的时间里就拿到了商标质押证。

“拿到证时，我特别激动。这对我们来说，就是一笔救命的钱啊！”李静说，当时她紧紧抱住送证来的知识产权局领导，心里只有感谢：没有政府的帮扶，就没有鼎康的顺利复工。据了解，鼎康粮油顺利复产复工后，5条全自动食用油流水线全面开启，对保障粮油市场供应和价格稳定发挥了重要作用。

和河北鼎康粮油有限公司一样，产品主供大型商超的粮油企业——河北美临多维粮油贸易有限公司也遭遇到了同样的资金难题。当地市场监管部门了解到情况后，马上将其作为重点服务对象一对一帮扶，通过商标权质押，特事特办，简化办理流程 and 手续，在最短的时间内就为企业成功贷款2600万元。商标变现，为企业融资送来了“及时雨”。

现在，走进河北美临多维粮油贸易有限公司植物油灌装车间，看着一桶桶贴着“美临”中国驰名商标的食用油快速而有序地从灌装、封盖到装箱下线，总经理董占军心里乐开了花：“真没想到用商标也能贷到款，我们将加快打造粮油品牌的步伐，为企业带来更多的实惠！”

“商标权质押贷款项目成功办理，让更多企业看到商标的价值所在，这对激发企业品牌意识、大力实施品牌战略产生积极的推动作用。”邯郸市市场监督管理局副局长程瑞生说，目前，已为河北鼎康粮油有限公司、河北美临多维粮油贸易有限公司、河北圣农种业有限公司三家公司办理商标专用权质押，融资共计8100万元，切实解了企业复工复产资金缺乏的燃眉之急，为接续发展注入了动力。