

# 产业转型升级 四川会展发力

■ 赵若言

会展业与地区产业发展密切相关。一方面,会展业依托城市产业得以培育壮大,另一方面会展充分发挥其风向标和加速器的作用,促进产业转型升级。例如,德国工业重镇汉诺威成就了闻名遐迩的工业博览会,反之,工博会也不断巩固着德国在全球工业领域的领先地位。近年来,四川省大力促进优势特色产业同品牌展会互动发展,一批新型专业展会不断涌现,积极服务全省产业发展。

“今年,我们不仅要在成都举办第二届中国智能汽车国际论坛,还要举办首届中国智能汽车创业大赛和面向专业观众的首届中国智能汽车展览会。”3月1日,车联秘书长庞春霖告诉记者。

这样的延续及扩容,源于去年的成功。

2014年,四川省委省政府作出加快培育五大高端成长型产业和五大新兴先导型服务业的重大部署,四川博览事务局认真贯彻落实,主动思考谋划,策划举办的中国智能汽车论坛、中国(成都)国际通用航空发展高峰论坛、中国西部平板显示产业论坛、2014西部电子商务发展高峰论坛等首秀第十五届西博会,一经亮相,便备受瞩目。今年,这些论坛将继续举办,持续瞄准四川省产业发展发力。

刚刚破壳而出的此类论坛为何能够如此引人关注?今年的延续又将有哪些创新?

## 缘起:应产业发展之需而生

“伴随着产业发展和转型升级的需要,平板显示这个专业论坛可以说是‘应运而生’。”四川省平板显示行业协会副秘书长罗紫云介绍,四川的平板行业从无到有,从有到多,现在正处在从多到强的阶段,本地企业在新领域寻求发展的步子更快了。在此情况下,摆在行业面前的问题是,转型升级有了一定成果,如何寻求进一步突破。

而智能汽车论坛与通航产业论坛能够顺利孵化,同样都是因为产业有发展需求。

2014年,四川省规模以上汽车制造企业实现工业总产值首度迈上2000亿元台阶,汽车产业正逐步形成集整车和关键零部件研发、制造、销售、维修为一体的汽车产业体系,还聚集了德国博世、美国德尔福、加拿大麦格纳、法国佛吉亚等300余家国内外知名配套企业。

汽车制造产业链长,上下游企业多,对产业配套协作程度要求极高。“四川汽车产业突飞猛进,如何加强配套,探寻未来的发展方向至关重要。于是,对于产业交流平台就产生强烈需求。”四川省汽车工程营销委员会副秘书长张俨艺表示。

通航产业同样如此。“一个数据就能说明我省通航产业的实力。”负责组织今年通用航空论坛的广汉民航学院教授周长春说,这几年,四川省通航飞行小时数占到全国一半。

近几年,捷克等国外优秀通航企业也纷纷进入四川市场,促进了四川省通航产业的发展。“外国企业的进入,也让我们想要搭建一个平台,更多聆听外界的声音。”“产业支撑是办展会的重要条件,反过来,办展会也是为了助推产业发展,两者相辅相成。可以说,会展既成长于产业,又服务于产业。”四川博览事务局相关负责人表示,有了良好的产业基础,就要考虑为产业发展搭建良好平台,通过



展会活动让产业发展得更好更快。

## 结果:与全球优秀资源牵上线

“去年创新举办的多个专业论坛,不仅当时的关注度高,持续效应也在不断发酵。”四川博览事务局相关负责人说。

首届中国智能汽车论坛最扯眼的成果之一,就是永久落户成都的院士沙龙。“一个季度开一次沙龙,这个行业最顶尖的专家聚在一起描绘产业发展路线图。”庞春霖认为,就是通过论坛,把智慧聚集起来了。

被聚集的还有各种资源。“开过论坛之后,四川平板行业不仅加强了在国内的影响力,还吸引一些国际‘眼球’。”罗紫云透露,论坛闭幕后上海几家公司立即与该协会对接,“我们还与韩国、中国台湾的行业协会建立了联系。”

周长春感受到的收获更实在——全省新成立以及准备成立的通航公司就有30—40家。“还不断有国外厂商、企业找到我们,表达他们在四川和西南地区合作建厂的意向。”最新的一则信息更是让周长春很兴奋,“英国范堡罗航空有望未来1—2年登陆四川。”

通过举办论坛,收到的关注就更多了。活动结束后一个月内,庞春霖就收到了国内20多家著名基金公司的邀请,为分析师们介绍智能汽车的投资机会。“智能汽车论坛的成功,就体现在对一切有效资源的聚集上。聚集的结果,就是我们跟全球最优秀的资源牵上线了。”庞春霖说。

据透露,第二届中国智能汽车国际论坛目前的邀请工作进展顺利。

与此同时,2014西部电子商务发展高峰论坛过后,四川乃至西部地区成为京东集团布局的焦点和重镇,中

国跨境电商企业先行者兰亭集势也将成都作为下一轮发展的桥头堡。

## 方向:品牌展会带动产业提质增效

针对行业发展特征,罗紫云认为,今年办平板显示论坛的思路要有所转变,一方面聚焦问题,要小而准,而展望未来,视野要大而广。“从主题来说,首先要确定是论证行业发展的未来和趋势,同时我们聚焦四川,川企如何抓住机遇。”

论坛贵在常办常新。“今年的论坛,绝不会仅仅简单延续去年,而是根据产业与市场的变化不断调整和创新。”四川博览事务局相关负责人表示,本届论坛的内容将覆盖整个平板显示产业链,近20位权威专家学者将在论坛上分享平板显示领域前沿科技成果,百余位国际知名公司高管将参会研讨。

今年的通用航空论坛则将以“中国通用航空运营发展探讨”为主题,研讨通航运营发展战略,进一步加强我国通用航空领域的交流与合作,从推动通航运营企业建设、企业合作、业务拓展、人才培养、政策扶持等方面入手,试图探讨出一系列能够见到实效的举措。

去年,第十五届西博会积极响应国家信息安全战略,信息安全行业的精髓和尖端科学成果精彩亮相,今年四川博览事务局正在谋划引进中俄信息安全高峰论坛,将持续推动这一新型产业的发展。“我们要把这些论坛打造培育成为我省品牌展会项目,当形成品牌之后,对产业的助推更会上一个台阶。”四川博览事务局相关负责人表示,今后还将运用这些经验去孵化,培育更多对产业发展有实质帮助的专业展会活动,带动全省会展产业加快发展。

# 峨边:让“小玛咖”成为“大产业”

■ 王永春 林立

近日,记者来到地处小凉山海拔2500米的峨边彝族自治县勒乌乡祖马村木果觉(小地名),放眼望去,四周云雾缭绕的山峰上积着厚厚的雪,田野虽然被高海拔强烈紫外线的阳光照射着,但随处可见一片片未融化的积雪,像晾晒在田野的棉被。

田野里,一群彝族群众正不停地从地里扯出作物装在框里,村民们高兴地告诉记者:“不要小看这不起眼的东西,它可是宝贝啊,我们就是靠它挣到了钱”。

## “南美人参”玛咖试种成功

村民们所说的宝贝名叫玛咖,是原产于南美洲安第斯山脉的一种十字花科独苜蓿属植物。玛咖别名甜菜根或秘鲁人参,适宜在高海拔、低纬度、高昼夜温差、微酸性砂壤、阳光充足的土地中生长。

勒乌乡祖马村木果觉海拔2500余米,适宜种植玛咖。2013年,峨边曙光农业科技开发有限公司从村民手中流转了2000亩土及荒山,在省市农科人员指导下进行试种,成功后于2014年种植了563亩。今年1月21日,由四川省及乐山市农业科技与统计部门有关专家组成专家组,对“峨边彝区玛咖产业化示范项目”进行了现场测产验收。

经选样点,采收,清洗,过称等程序,得出测产结果。样点1面积0.01亩,实收株数105株,实收产量2.34公斤,折合亩产234公斤;样点2面积0.01亩,实收株数105株,实收产量2.48公斤,折合亩产248公斤;样点3挖方测产面积21.84平方米,实收产量7.69公斤,折合亩产234.8公斤。三点平均,亩植株数10500株,平均亩产238.93公斤,亩产值可达28000多元。

## 给公司打工比自己种划算

“我们把土地租给老板,然后又从老板手里承包了3亩来种,从移栽到收,每亩得3200元的工钱,不到一年的时间,我家就找了9600元,加上耕地、育苗,共得了1万多元。”村民克斯克哈一边采收玛咖,一边告诉记者。

“这个地方位置高,以前只种洋芋。辛辛苦苦种下来,一亩只赚得到几百块钱。现在我们把土地租给老板,土地有租金。我们又给老板打工,算起来比自己种划算得多。这种方式好,又不操心,又好找钱。”村民玛赫木果介绍



● 玛咖喜获丰收



● 专家在峨边实地指导玛咖种植

说。

“我在这里当管理人员,每月工资2000多,一年收入2万多元,不出远门,家里有事还能照顾得到。”村民阿友维布说。

据悉,2013年,峨边曙光农业科技开发有限公司从村民手中流转了2000亩土及荒山,当年通过考察,从云南引种,在省市农科人员指导下试种了7亩,喜获成功,最高亩产达376.5公斤,种植成效得到上级领导的充分肯定。

据曙光农业科技开发有限公司负责人介绍,祖玛村在这个基地挣劳务费的共有188户。2014年,公司

扩大种植面积,播种了563亩,采取“基地+合作社+农户”的农业产业化经营模式,流转村民土地,高标准建立玛咖生产基地,组建专业合作社,规范章程、联结利益,推行订单种植,对在基地务工的农民实行“统一购种、统一育苗、统一供肥、统一病防、统一销售”模式。

公司负责人介绍说:“村民将土地流转给我们后,不仅可收入土地流转金,我们让村民来按照技术要求种植,他们可就近挣劳务费。耕整土地、育苗、移栽管理等活村民都能挣钱,2014年我们向村民提供了200余万元的玛咖种植劳务费,村民户均增收1万余元。”

## 打造成群众增收产业

随着人们健康保健意识的提高和对食品安全的关注,以玛咖为主要原料生产的各类保健品在欧美、日本等国际市场上迅速推广,得到越来越多消费者的青睐。

峨边玛咖经省农科院专家检测后,得出结论:根据检测,峨边玛咖中的蛋白质含量是秘鲁玛咖的1.9倍,氨基酸总量为1.78倍;精氨酸3.3倍,脯氨酸1.66倍,适宜在峨边种植。

为着力打造“峨边黑竹沟玛咖”品牌,让玛咖成为峨边特色名片。峨边将坚持“区域调特、规模调大、效益调高”的产业发展战略;充分利用高寒山区气候优势,在已有产业基地的基础上,适应市场需求,拓展产业基地,明确了“夯实产业基地,突出精深加工,打造旅游品牌”的发展思路。

目前,峨边县已开发出玛咖酒、玛咖干果、玛咖切片、玛咖茶叶等产品。通过政府扶持,玛咖产业发展在峨边取得了实效,高寒地区群众得到实惠,营造良好的发展环境,形成了全民动员的浓厚氛围。

峨边县还引进玛咖加工企业,建立加工工厂,增加产品附加值,延伸产业链条。推行“基地+合作社+农户”经营模式,组织农户进入产业化发展体系,形成了“风险共担、效益共享”的利益共同体,解决农民种植各方面问题,不断扩大玛咖种植面积,通过扶持龙头企业带动了玛咖种植业的发展。

据了解,未来几年,峨边县玛咖种植将达10000亩。峨边县将着力打造玛咖产品品牌,彰显绿色、有机特色,通过包装策化和市场化营销,确保“卖出好价钱”。为高海拔地村民增收开辟一条新路子。

# 四川省川茶品牌促进会:三年销售欲破500亿元

■ 范焯

2014年年底,四川省川茶品牌促进会在成都正式成立。彼时,川茶品牌促进会就定下了三个战略目标:一是到2017年建设形成1—2个川茶大区域品牌;二是通过三年时间打造,将品牌川茶在全国市场占有率由目前不足2%提升至20%以上;三是将品牌川茶市场销售额由100亿元提升至超过500亿元以上。

川茶品牌促进会由四川省茶业集团股份有限公司、峨眉竹叶青茶业有限公司、峨眉雪芽茶业公司、米仓山茶业集团、宜宾川红集团等企业发起,并先后得到了川内130余家茶叶企业的积极响应与参与。

未来三年,川茶品牌促进会将秉承“立足品牌、拓展市场、提升效益、助农增收”的理念,打造大品牌、开拓大市场、带动大基地、推动大产业,全面提升川茶产业的品牌附加值,促进农民持续增收。

## 促进会“诊脉”川茶

四川省茶业集团董事长、四川省川茶品牌促进会会长颜泽文说,川茶产业在全国拥有一流的茶叶生产基地,一流的茶叶龙头企业 and 深厚的茶文化,然而目前川茶却面临着一个尴尬而严重的问题——“为他人作嫁衣”。川茶已经广泛成为了国内、外多种知名茶叶品牌的原料茶。

在颜泽文看来,这一方面体现出川茶拥有优秀的产品内在品质,另一方面也反映出川茶品牌附加值的短缺。大量的优质川茶产品以原料茶的形式流入其他省份和地区,经过品牌二次包装后获得大幅度的增值,客观上造成了“产茶大省”却不是“茶叶强省”的局面。

同时,川茶品牌分散,大多数茶叶品牌都是小区域的产地品牌,缺少能代表四川特色的区域性的大品牌。不仅使得“川茶出川”无法形成强大的品牌合力,也对川内茶企业的聚合发展能力和转型升级造成了极大障碍,并严重制约了川茶产业发展和茶农持续增收。

颜泽文说,品牌带动川茶产业升级发展是近年来川茶产业发展中达成的共识。只有在做好“品质川茶”的基础上,打造“品牌川茶”,由原料茶输出转为品牌川茶输出,提高品牌川茶的市场占有率和知名度,才能增强四川茶产业在国内外的市场竞争力。

## 五味“药贴”治病

一、加强整合力度,塑造川茶大品牌。未来,川茶品牌促进会将选择和培育一到两个具有代表性的川茶大区域品牌,鼓励和促进全川优质茶叶产品共享使用,加强整个川茶产业的品牌化程度,将“品质川茶”打造成“品牌川茶”,并借助优质茶叶产品快速提升川茶品牌知名度、美誉度,提高川茶产品的品牌附加值和盈利水平,从而带动整个川茶产业的品质化转型升级,促进川茶大产业发展。

二、建设品质川茶大基地,做实川茶大品牌。目前,四川茶园面积已达455万亩,如何种好茶,提升茶叶基地管理水平,由“产茶大省”变“茶业强省”,也是目前各级党委政府和相关部门非常关心的一件大事。

颜泽文说,促进会将围绕川茶大品牌,积极配合茶叶主管部门,全面实施茶叶基地建设的标准化、安全化、品质化等管理规范,并不断创新和完善茶叶全产业链经营模式,如四川省茶业集团实行全产业链经营模式创新,茶农、专业合作社、龙头企业共同投资参股,结成紧密的利益共同体,实现了茶叶全产业链的可持续发展,带动茶农致富,财政增收,企业发展。

三、推行川茶品质标准化,做大川茶大品牌。颜泽文介绍,为了保障川茶大品牌的塑造,必须确保川茶品质的标准化。促进会将建立一套完整的茶叶质量标准体系和茶叶质量安全保障体系,提升川茶加工标准化、川茶质量安全化以及川茶品牌规范化,在打造品牌川茶的同时建立以茶园到茶杯的全产业链质量安全可控可追溯管理体系,真正做到以“品质川茶”作为打造“品牌川茶”的重要举措和有力保障。

四、强化川茶品牌规范化,做强川茶大品牌。品牌是推动川茶走向世界的“引擎”。颜泽文说,促进会将引入专业的品牌运营与管理团队,围绕六大品牌战略核心开展工作(即品牌定位、品牌策划、品牌设计、品牌推广、品牌应用、品牌管理)。并通过专家团队和外部资源的引进,对川茶品牌进行专业的形象设计,提升品牌创意、品牌内涵与品牌文化。协调与整合各种传播资源,促进川茶品牌知名度和美誉度的提升。同时充分参与国内外知名展会、论坛等各种行业交流平台,提升川茶品牌的活跃度和话语权。

五、开拓品牌川茶大市场,做响川茶大品牌。打造品牌川茶,不仅要打造产品的品牌,更需要建设和打造市场品牌和渠道品牌,以品牌促市场,以市场促品牌;让品牌产品市场化、市场产品品牌化,是川茶品牌建设的最终目的。川茶品牌促进会将品牌市场化和终端品牌化作为川茶品牌发展的战略目标,建设品牌川茶的市场化体系。

## 深入推进商标战略

# 遂宁市新增7件四川省著名商标

■ 颜朝辉

记者从遂宁市工商局获悉,通过省商标评审委员会初审公告,遂宁市新增7件省著名商标。截至目前,全市共有注册商标5000余件,市知名商标146件,省著名商标45件,地理标志证明商标2件,获得中国驰名商标保护记录商标9件,位居全省同类地区前列。

近年来,遂宁市按照《四川省知识产权战略纲要》和《四川省商标战略》的要求,按照“政府主导、部门主推、企业主创”的工作格局,深入推进实施商标战略工作,培育了一大批商标品牌,增强了遂宁商标品牌的核心竞争力,为实现遂宁“六大兴市计划”“五个战略定位”做出了积极贡献。

据了解,随着商标品牌战略的深入推进,遂宁市不但商标数量发展迅速,而且品牌价值也日益凸显。其中,四川沱牌曲酒股份有限公司被命名为首批四川省商标战略实施示范企业,“沱”商标的无形资产价值高达176.95亿元,“舍得”品牌价值达105.75亿元。“高金”成功以商标作为无形资产入股省外企业,“美宁”国内销售市场年增长率达50%，“金华清见”的品牌效应带动产业规模迅速扩张,农民纯收入增长2倍以上,“妙善”等系列旅游服务商标更是极大地提升了该市服务业的影响力和品牌价值。

目前,遂宁市已被确定为全省商标战略示范城市,全市商标战略已形成“重点突出、分类指导、典型引路、全面推进”的良好格局。