

# 《2017年度中国上市公司资本品牌评价报告》发布

25日,中国上市公司市值管理研究中心在京发布《2017年度中国上市公司资本品牌评价报告》。报告显示,进入评价样本的2392家A股上市公司2017年度资本品牌价值总计37479亿元,较2016年的52773亿元下降28.98%。其中,贵州茅台、美的集团和长江电力分列资本品牌价值排名前三甲。数据表明,资本品牌价值大幅下挫的主要原因,是因为在股市权重极高的金融行业上市企业表现不佳。

报告显示,按申万行业分类来看,2017年度资本品牌价值排名前三的行业分别是房地产、银行、白色家电。银行行业的资本品牌价值从上年度的第1位下滑到第2位,品牌价值则从5431.37亿元下降到1847.00亿元,同比下降65.99%。数据表明,银行行业的规范度(公司治理)、成长性、认知度(媒体报道数量、分析师研报数量)和认同度(机构持股集中度和稳定性)指标等,较上年度相比都有所下滑,导致银行行业的资本品牌影响力因子和强度下降。有业内人士指出,由于银行行业的市值基数较大,消极影响“集腋成裘”,其资本品牌价值出现大幅下滑在所难免。

值得注意的是,2017年度证券行业以1258.58亿元的资本品牌价值位居榜尾,而2016年度证券行业曾经以4006.70亿元位居资本品牌价值榜单第二位。报告认为,在整个2017年度,以经纪业务为主的证券行业由于市场环境影响,营收同比下降37.59%,净利润同比下降49.73%。受业绩拖累,证券行业的资本品牌价值下滑至榜末。此外,在监管趋严的市场氛围下,证券业上市公司违规遭谴责和处罚的事件不少,有些甚至形成影响较大的资本市场负面事件。这些状况对证券业上市公司的品牌价值也形成巨大损害,对投资者预期也产生消极影响。



报告分析,从2016年初至今,虽然中国A股市场运行整体平稳,但受到金融行业这样大体量板块上市公司的内生因素影响,A股的资本品牌价值出现了大幅下跌,跌幅28.98%为历年最大。在2017年度的资本品牌价值top10中,以往常见的金融行业上市公司,本年度全部落榜,而食品饮料、家电等经济周期防御性行业则首次出现在榜单。Top10中,位居资本品牌价值榜首的是贵州茅台,资本品牌价值为898.77亿元,较上年度增长95.20%。除了贵州茅台以外,家电行业的美的集团和格力电器则分别位居资本品牌价值榜中的

第2位和第6位。受“一带一路”国家战略和去产能改革影响,基建类企业中国建筑、钢铁类企业宝钢股份也进入到TOP10中。报告指出,2017年度,资本品牌百强企业共创造出资本品牌价值18698.31亿元,同比下降25.55%,占当年资本品牌总价值的49.89%。报告分析,资本品牌百强行业分布与以往相比有较大的不同,金融行业的位置明显削弱,更多的行业进入到百强当中。银行业创造的资本品牌价值为2012.40亿元,占百强总价值的10.76%。而证券行业全军覆没,没有进入百强的公司。房地产开发和光学光电子上榜企业均有5家,创造的资本品牌价值分别为746.43亿元和744.77亿

元,占百强总价值的3.99%和3.98%。钢铁、基础建设和煤炭开采分别有4家企业进入百强。报告指出,2017年度进入百强榜的各类所有制企业中民营企业数量从2015年度的20家、2016年度的27家,逐渐上升到2017年度的37家,表明民营企业的品牌价值创造能力稳步提升。报告说,全国31个地区中有20个地区的上市公司进入资本品牌百强榜。其中,北京依然占据百强榜首,有29家企业上榜。广东超越了上海,位居榜单第二,有16家企业上榜;上海有12家企业上榜,位居第三。京粤沪上市公司占据百强企业超过五成。(侯云龙)



## 一“贴”了然 有序呈现 Brother 2017春季楼宇秀拉开帷幕

5月18-19日,以“一‘贴’了然 有序呈现”为主题的2017年Brother标签机春季楼宇秀首秀于上海瑞安广场拉开帷幕。

此次楼宇秀同样基于客户需求展开,旨在向白领女性传递有序的生活理念。Brother家用标签打印机,助力白领女性进行日常家居的整理,让她们重新审视属于自己的方寸之间。

Brother家用标签机系列:PT-D200(KT)、PT-D200(SN)和PT-P300BT,在活动日登场。通过参观、体验、交流等丰富的流程,让白领女性在短时间内成为了Brother标签机的粉丝,在对Brother标签机产品认识之余,也对自己的生活收纳有了更多的规划。

据悉,“一‘贴’了然 有序呈现”Brother标签机春季楼宇秀仍将持续在上海淮海路商圈中举行,欢迎广大关注品质生活以及对标签机应用感兴趣的朋友们莅临。(夏雪)

## 落实目标任务 推动品牌战略

日前,记者从云南楚雄州质监局了解到,为认真贯彻落实《楚雄州“十三五”质量强州发展规划》《楚雄州人民政府关于印发2017年楚雄州经济工作重点任务责任分解方案的通知》,楚雄州实施质量强州战略领导小组办公室(以下简称强州办)实施挂图作战,强力推动,认真实施全州经济发展六轮驱动之一的质量品牌促动工作。

制定实施方案,细化压实责任。为认真落实好质量品牌驱动工作,强州办在充分调研,征求各单位意见的基础上,结合相关工作目标任务要求,制定并印发了《楚雄州人民政府办公室关于印发楚雄州质量品牌促动经济发展实施方案的通知》,将产品质量、工程质量、服务质量等6大方面共计32项目标任务,一一分解落实到质监、工商、食药、住建、环保等责任单位。

实施挂图作战,强力推动落实。按照州政府的要求,确保目标任务得到按时落实,做到一季度开门红、二季度双过半、三季度功九成、四季度大收官,强州办专门发文对工作落实进度、信息报送工作进行了安排,要求各责任单位每季度上报一次工作情况,固定信息报送人员,量化任务指标。对每季度的工作进展情况,进行挂图公示,接受监督;对工作进展较慢的责任单位,及时跟进督促,确保跟上进度。

经过对一季度的工作落实情况进行统计表明,目前,楚雄州各项工作正在按进度快速推进,成效显著,云南名牌、地理标志、知名品牌示范区建设、三品一标、注册商标等工作进展迅速。(傅小冰)

## 广西龙州打造 跨国红色旅游品牌

今年5月,龙州县相继举办“中法文化交流活动闭幕暨龙州国际艺术馆开馆仪式”“中国龙州-越南复和长定首届传统情人节”“中越跨境山地越野赛”等系列活动,提升和扩大了龙州在国内外的知名度和影响力,拓展跨国旅游合作发展的新领域,为旅游、经济、文化发展注入新的活力。

在重大旅游项目的带动下,该县精心绘制“红色边关、天琴古韵、岩画瑰宝、秀美龙州”的旅游新画卷。通过打造红色旅游国际合作创建区,进一步整合龙州和越南高平辖区内的文化旅游、绿色旅游、边关旅游、乡村旅游资源,完善基础和配套服务设施,推出精品旅游线路,培育旅游产品,打通广西边关风情旅游带,树立跨国红色旅游品牌。(王建伟)

## 让品牌商标更好用更有用

今年我国首次设立了“中国品牌日”。对应专利、商标、版权三大基础知识产权领域,国家知识产权战略确立了三大目标:打造核心专利、知名品牌、精品版权。可见,商标战略的目标就是培育发展知名品牌。

从2009年我国实施商标战略至今,中国品牌价值不断提高。截至2016年底,我国注册商标数量存量已达1293万件,占到全球商标总数的三分之一;商标注册申请量已连续15年居世界第一位。企业商标意识增强了,社会对商标的关注度也大幅提升。

虽然我国已是商标大国,但离商标强国还有很大差距:目前,我国进入全球知名品牌价值排行榜500强的企业只有几十个,除了五大银行和“两桶油”等特殊行业,前100名里只有阿里巴巴、华为、腾讯、京东等少数创新企业。

尽管我国市场主体数量庞大,但与“商

标大国”身份远远不相称。我国平均每7家企业才拥有一件商标,远低于国际水平;全国8000多万市场主体,商标数量仅有1000多万件,也就是说,还有7000万市场主体没有自己的商标,更谈不上有品牌。

商标总量是品牌生长的蓄水池。要把商标大国做得名副其实,需要增强市场主体的商标意识,拓展商标申请渠道,让企业有商标可用。

在现实中,影响市场主体申请商标热情的原因之一是“太麻烦”。2016年,我国商标审查的平均期限是9个月,就连审查通过后,出具商标注册证明都要3个月。而且,2016年7月前,申请人只能委托商标代理机构办理和到北京的商标局注册申请窗口提交办理,无法在当地就近办理,也不能通过网络办理。

去年,工商总局逐步在全国开设了一批地方商标受理窗口,今年又面向所有申请人开放了网上申请渠道,并且将出具商标注册证明改为现场办理。注册费用也从2015年10月15日之前的每件800元,一步步降为600元、300元。这些措施在一定程度上激发了市场主体注册商标的热情。

企业申请商标的便利化程度逐步提高,并不代表企业一定会积极申请商标。他们不去注册商标,另一个现实考虑是商标侵权现象严重,导致没有商标的,假冒著名商标很容易;有商标的,打击侵权太费力。前段时间北京热议的满城尽是“鲍师傅”蛋糕,就是商标保护不到位的典型事例。

在今年一季度工商部门查处的商标案件中,超过六成是销售侵犯注册商标专用权商品案件。这说明市场监管部门对商标侵

权案件的打击力度在加大,同时也表明工商、市场监管部门打击商标侵权假冒工作重点仍聚焦于生产销售链条末端,对生产侵权假冒违法商品实行源头治理、查处非法印制注册商标标识等工作尚需进一步加强。所以说,只有更好地保护商标持有人的权益,让商标变得更好用,商标传播品牌的价值才能得到体现。

激励市场主体关注商标、关注品牌,还有一个办法,那就是让商标变得更有用,例如关键时刻,可以通过商标专用权质押,把品牌价值变成企业急需的真金白银。2017年1月份至3月份,全国共办理注册商标专用权质押登记178件,涉及担保债权总金额为68.1亿元人民币。一个商标,平均能贷到3800多万元,这么值钱的品牌商标,哪家企业还会嫌麻烦呢?(龙龙)

## 联想超级品牌日 6大惊喜就“想”惠惠你

作为PC行业领军品牌,联想持续关注年轻用户需求,推出了多个针对年轻用户的产品系列,5月26日,联合聚焦年轻用户的最大平台——天猫,开启联想天猫超级品牌日。在本次活动中,联想旗下小新、天逸等多个明星产品系列参与促销活动,多款热门机型参与超低价秒杀,活动期间还有大额红包和限量好礼等你拿!通过六大精彩活动,让联想和天猫陪你迎接盛夏,惊喜不断,好礼送不停!

**活动一,999元秒杀笔记本**  
5月26日0点,在联想天猫官方旗舰店,可享受999元秒杀联想天逸310笔记本。作为娱乐办公全能手的天逸310,具有精美外观设计,搭载英特尔酷睿i5处理器,此外还采用15.6英寸超大屏幕,满足日常娱乐需求。喜欢的小伙伴记得定好闹钟,提前前往页面参与秒杀哦!

**活动二,1999元每整点秒杀**  
除了零点秒杀以外,还有一大波整点秒

杀活动等你参与!5月26日00:00-23:59每整点参与秒杀,即有机会以1999元购得联想S41-35笔记本!作为多彩时尚优质之选,联想S41-35采用炫彩外观设计,配备AMD四核处理器,处理多任务更加流畅。本次秒杀活动产品数量达120台,人人都有机会!心动的话,就赶紧提前加入收藏夹吧!

**活动三,参与话题领红包**  
在活动期间,关注联想旗舰店,参与联想旗舰店微话题“联想超级品牌日”,还有万元红包等你来瓜分。眼疾手快的小伙伴们,快来参与活动,试试你的RP值吧!

**活动四,晒合影赢礼品**  
本次促销活动不仅有红包相赠,5月22日-5月30日在天猫App,参与天猫范儿话题#晒出你最满意的合影#,即有机会获得小新专属多功能旅行赠,还不赶快去试试?

**活动五,限量买赠**  
作为专为年轻用户打造的产品系列,小新旗下多款产品也参与到本次促销活动当

中。5月26日,凡在联想旗舰店购买产品小新·锐7000-i7版或小新·潮5000,就送鹿晗签名鼠标垫,限量2000个,奖品先到先得!

参与本次限量买赠活动的小新·锐7000,采用第七代英特尔酷睿i7-7700HQ?四核处理器,配备NVIDIA?GeForce?GTX?1050游戏级性能显卡,超大15.6英寸全高清IPS显示屏,让用户在工作之余,可以畅玩各种大型单机游戏。

此外,作为小新·潮系列大屏本代表,小新·潮5000也参与本次活动。该产品在具有多彩外观设计的同时,搭载15.6英寸1920x1080全高清屏幕,为用户提供更广阔的视觉体验。双硬盘设计,让用户体验迅猛的读写速度和超大电脑存储空间,性能与容量互不妥协。

**活动六,密令红包抢不停**  
除了上面提到的丰富活动以外,联想还为各位带来加磅好礼!5月26日,在天猫



App搜索框输入“一起联想”,即有机会领取密令红包。红包在有效期内全网通用,如此诚意满满的红包怎能错过呢?

本次联想超级品牌日推出六大精彩活动,不仅活动形式丰富多样,还有多款产品限时抢购,款款劲爆,总有一个适合你!还在犹豫什么,赶紧行动吧!(李诺)

## 澳优大洋洲收购引发连锁反应 所有代工品牌停产

越来越多的海外代工品牌或将淘汰出局,5月22日澳优乳业一则收购澳大利亚婴幼儿奶粉生产企业ADP100%股权的公告引发连锁反应,澳优乳业高层5月24日向记者证实,ADP已经停止代工业务。而这也意味着此前依靠代工的一些澳大利亚进口产品或退出市场。

### 澳优确认 ADP 代工品牌全停

5月22日,澳优乳业发布公告称,公司收购澳大利亚婴幼儿奶粉生产企业ADP100%股权,同时还收购由ADP完全制造的奶粉品牌Ozfarm50%股权。

海外收购婴幼儿配方奶粉工厂,对于澳优意味着可以为自己赢得更多的奶粉配方申请配额。

按照我国史上最严的婴幼儿奶粉新政——婴幼儿奶粉配方注册制规定,2018年1月1日起,在中国生产销售的产品必须获得奶粉配方注册申请,而每家企业原则上不得超过3个配方系列9种产品。这就意味着谁拥有更多获得国家许可的婴幼儿配方工厂,其可申请的配方数量就可以更多。对于进口产品来说,其生产加工厂首先必须获得国家认监委的注册。

此次澳优收购的ADP就是澳大利亚8家获得国家认监委注册的企业之一。而在此之前,海外工厂为专门销往中国的奶粉代工已是行业内司空见惯的事情。据悉,ADP也是为多家打着澳洲进口的奶粉品牌代工。

不过,澳优相关高层接受京华时报记者

采访时明确表示,此次并购后,ADP工厂的用途是,除了ADP自有品牌外,澳优也将用ADP生产部分澳优自有品牌产品。该负责人还确认:“ADP已经停止其他中国代工业务,目前澳优还没有给其他品牌进行贴牌生产进入中国的计划”。

### 众多小品牌或将退出市场

澳优高层的上述表态,也就意味着此前ADP代工的品牌面临生死存亡的抉择。有说法称,此前ADP代工的奶粉品牌多达十几个。

记者在淘宝上搜索发现,由ADP代工的产品确实不少,如乐高、爱必达、皇家沃顿等品牌奶粉。不过这些奶粉生产日期基本都是集中在2016年,成交数量也是非常少。这也

印证了澳优高层所说的“ADP已经停止其他中国代工业务”。

那么这些品牌未来该怎么办?根据此前澳洲另外一家奶粉上市公司贝拉米的遭遇来看,在2018年1月1日到来之际估计很难在中国继续销售了。

今年2月,美赞臣宣布收购澳洲Bega(百嘉)工厂,由此美赞臣也获得了更多奶粉配方名额,但是对于依靠百嘉代工、且60%以上销售额来自中国市场的贝拉米来说,简直是当头一棒。百嘉未来不可能再为贝拉米代工,而贝拉米在短时间内又无法找到合适的加工厂,故此贝拉米发布公告表示,并不预期2018年1月1日到来之际获得中国配方奶粉注册。当时公告一出,贝拉米股价大跌。

对于贝拉米这样销售规模比较大的企业都面临一时无法寻找到代工厂的问题,那么对于ADP代工的品牌来说困难就更大。

其实,除了ADP代工的奶粉品牌外,目前在中国市场销售的代工进口奶粉都面临着同样问题:谁拥有了国家许可的海外工厂为其代工,才有资格去申请配方注册,否则只能是被淘汰出局。

而在业内人士看来,国家奶粉配方注册制实施后,婴幼儿奶粉生产销售门槛大幅提高,大量的中小品牌将被淘汰。根据预估,2000多个品牌最多只能留下528个,约有75%的品牌将被清理出局。乳业专家宋亮透露,奶粉新政颁布数月以来,小品牌奶粉已经减少了300-500个。(胡笑红)