

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 141 期 总第 9184 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 7 月 22 日 星期日 戊戌年 六月初十

品牌资讯 | Brand Information

2018年度第二次商标审查工作会议在济南召开

7月13日,2018年度第二次商标审查工作会议在山东济南召开。国家知识产权局党组书记、副局长刘俊田出席会议并发表讲话。他指出,国家知识产权局将认真贯彻落实“放管服”要求,全面推进三年攻坚计划各项任务的落实,大幅缩短商标注册周期,努力推动商标注册和管理体系现代化,切实优化营商环境,推动品牌经济发展,提升中国品牌竞争力,为加快知识产权强国建设作出应有的贡献。

刘俊田表示,今年上半年,深化商标注册便利化改革取得了新的成效,下半年要继续保持良好势头、奋力前行,以机构改革为契机,以商标注册便利化改革为抓手,努力打赢压缩商标审查周期的攻坚战。(李群)

第七届品牌农商发展大会在京举行

2018年第七届品牌农商发展大会于7月14日至15日在北京举行。本次大会以“乡村振兴与品牌提质”为主题,旨在探讨乡村振兴战略背景下,加快推进质量兴农、绿色兴农、品牌强农的途径,促进产业振兴、品牌提质。

会中,嘉宾就“区域产业与商业品牌融合”“区域协调发展新平台”等热点议题进行了深入探讨,举办了专场产销对接活动,举行了多个签约仪式等。(王福蓉)

唱响“石字号”地方餐饮品牌

为深入挖掘传统特色饮食文化,唱响“石字号”地方餐饮品牌,河北省石家庄市将开展传统特色美食评选活动。

据介绍,“石家庄传统特色美食”要有本地历史典故或文化内涵,创立相对较早,不少于20年;口味独特,制作精良,受顾客欢迎。而冠以“石家庄传统特色美食品牌店”要涵盖石家庄本地传统特色美食,有地缘饮食文化习俗与特征,有固定营业场所、营业执照、卫生许可证;有一定经营规模、经济效益好;盈利能力强、发展前景好;照章纳税、社会口碑好;内部管理好,明厨亮灶,食品安全,无投诉事件发生等。(焦莉莉)

打造“潜江龙虾”省级区域公用品牌

近日,湖北省潜江市委副书记舒敏在北京拜访了中国品牌建设促进会秘书长郑志受和副秘书长卢丽丽,并进行座谈。

舒敏介绍了潜江虾——稻产业发展现状及品牌创建情况,表示当前潜江市正深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,坚持生态优先、绿色发展,着力做大做强虾—稻产业,希望中国品牌建设促进会关心、支持潜江,助力潜江虾——稻产业高质量发展。

郑志受、卢丽丽对潜江虾——稻产业发展成果给予充分肯定,表示将全力支持潜江打造“潜江龙虾”省级区域公用品牌。(罗红)

南平市树“武夷品牌”

据福建省政府新闻办消息,中国南平“武夷品牌”建设发布会将于7月25日-27日在福建省武夷山市举行。此会由中共南平市委、南平市人民政府、福建省品牌建设促进会主办。此举将助力福建补齐绿色发展的品牌短板,促进绿色产业兴旺发展。

“我们的一些好产品目前面临着有资源优势无市场优势,有口碑优势无品牌优势,有品质优势无价格优势等问题。”南平市政府副市长黄苏福称,下一步,南平将全力把“闽北货”打造成为市场的“抢手货”,努力把好的产品卖出好价钱,让更多的农民得到好收益,让消费者得到健康安全的产品。(陈心眉 张自芳)

热线电话:400 990 3393

新闻热线:028-86637530

投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众号二维码



中国企业家网二维码

同是自主品牌,国字号为何不敌民营资本?

◎过于依赖合资 ◎决策灵活度差

打造千亿级名品名企

上海国企改革瞄准“四大品牌”



■ 何欣荣

食品领域的“光明”、酒店领域的“锦江”、购物领域的“百联”、体育领域的“F1中国大奖赛”……在上海城市发展史上,有一批熠熠生辉的国企品牌。

瞄准高质量发展,打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌,上海市国资委近日印发相关实施方案,推动国企在打响“四大品牌”中发挥主力军作用。

摸底数:18 万亿“硬资产”之外, 855 个品牌彰显“软实力”

作为地方国资重镇,一系列“硬指标”体现了上海国资的实力:拥有逾18万亿元资产,约占全国地方国资委监管企业总量的1/4。2017年实现营收3.22万亿元,地方国企生产总值

连续多年占全市GDP总量1/4左右。

随着打响“四大品牌”的深入,在总资产、总收入这样的“硬指标”之外,上海国企发展的“软实力”越来越受到重视。企业品牌就是“软实力”的重要组成部分。

上海国资委梳理发现,上海市属国有企业正常经营的各类品牌有855个,获得市级以上及国际认定的品牌企业有266家。“中华老字号”和“上海老字号”全市共222家,其中国有及国有控股企业占66%。

上海建工,是国企品牌的代表之一。从北京国家大剧院、上海中心大厦、广州新电视塔到苏州东方之门,很多地方的地标建筑都打上了“上海建工”的烙印。良好的品牌效应,帮助上海建旗下市政总院与中铁二十局集团组成的联合体,近日成功中标雄安新区首个市政项目。

“企业品牌是城市综合实力和竞争力的

重要标志,是一座城市的响亮名片。”上海市政府副秘书长、市国资委主任宋依佳表示,“推动国有企业全力打响上海‘四大品牌’,是贯彻中央要求、服务城市发展战略的需要,也是深化国资国企改革的需要。”

出实招:品牌投入视同利润、老品牌市场化振兴

用改革的思路推动国企打响“四大品牌”,上海国资委以品牌建设的投入机制、考核评价机制、激励约束机制等为着力点,出台了12条实实在在的举措:

——在品牌投入方面,发挥国资收益的杠杆作用,带动各类社会资本共同参与国有企业品牌建设。对被授予国家级品牌的申请费用、咨询费用,在市管国有企业法定代表人经营业绩考核中“视同于利润”。

因地制宜 打响生态渔业“广元品牌”

■ 沈广

随着广元市农业产业结构的调整,渔业得到市委市政府高度重视,在推进生态渔业建设中,该市将打造生态渔业品牌放在突出的位置。

如何加快实施品牌战略、提高该市渔业综合竞争力?近日,四川省广元市农业局组织召开了为期两天的广元市渔业品牌建设现场会。

优势突出 鱼类品种 178 种

广元市地处四川盆地北部,水域面积达158.3万亩,鱼类资源丰富,共有鱼类178种,有国家二级保护动物大鲵、秦岭细鳞鲑、川陕哲罗鲑、胭脂鱼4种,四川省重点保护鱼类20种。同时,全市水生饵料生物资源丰富,浮游植物62属,浮游动物84种,底栖动物40种,水生维管束植物31种。

据了解,广元市已建立了全省首个省级水生生物湿地自然保护区——四川汉王山东河湿地自然保护区,建立了国家级水产种质资源保护区5个。已建成无公害水产养殖基地10余万亩,拥有有机鱼品牌10个,地理标志保护产品3个,“白龙湖银鱼”“嘉桓”牌有机鱼、“苍溪鲈”等品牌已经名声在外,昭化区也正全力打造稻渔综合种养“稻渔”品牌。

广元市政府办日前印发的《关于加快发展现代水产产业的实施意见》提出,到2020年,全市水产品总产量达到6万吨,养殖面积达2万公顷,实现渔业经济总产值20亿元。全市渔业从业人员人均渔业收入达到17000元。

因地制宜 树立特色品牌

据广元市水产渔政管理站站长苟忠贵介



绍,广元市充分利用丰富的冷水资源、温泉资源及湖泊水库等大水面资源,重点发展生态渔业、特色渔业、休闲渔业,形成“一带三区”的产业格局,同时形成相应的渔业品牌。

“一带三区”主要指:北部山区冷水鱼产业集群带,以青川、旺苍、朝天为主要覆盖区域,重点发展流水养殖和仿生态养殖,主要养殖鲢鳙鱼、裂腹鱼、鲟鱼等冷水鱼和亚冷水鱼类;名特水产养殖优势区,以苍溪、剑阁、昭化、利州为主要覆盖区域,重点发展高产高效设施渔业及稻鱼综合种养,主要养殖中华鲮、观赏鱼、小龙虾等名特优新品种;大水面生态增养殖示范区,以白龙湖、亭子湖、升钟湖及全市的大中型水库等优质水面资源,重点发展大水面放牧式生态渔业,主要养殖鲢、鳙、银鱼等滤食性鱼类及长江上游特有的江团、白甲、华鲮等名优土著鱼类;休闲渔业产业拓展区,以“两湖”、大中型水库为基地,开展休闲垂钓活动。

以交通条件好、环境条件好的渔场、养

殖基地为基础,开办集养鱼、钓鱼、品鱼、赏鱼、住宿、乡村游于一体的综合性“渔家乐”、“农家乐”;在城区及主要钓鱼区,开设渔具店、观赏鱼店;通过举办搏鱼大赛、巨网捕捞、渔事体验等活动,提高渔业综合效益,打响生态渔业的“广元品牌”。

以科技创新品牌

品质的提高能够使得更多的顾客购买,从而形成品牌效应,在广元建立生态渔业品牌的路上也少不了加强品质建设。

目前,广元市以加快种子种苗工程建设为重点,积极实施和推广渔业标准化生产和管理,建立水产品质量安全可追溯制度,创建各具特色的水产品品牌,并逐步建立起一套与国际接轨的标准体系,确保产品质量的提升和稳定。

广元市农业局副局长李子贵说:“为保证广元渔业的品质,我们将加强安全监督体系建设,建立水生动物防疫检疫点8个以上,建立水产品质量安全追溯平台和追溯体系;建立健全市、县、乡三级水产品质量安全检测机构,尽快建立和健全广元市水生动物疫病预防控制系统和重大水生动物疫情预警与指挥体系。”

同时,广元市将继续开展“三品”认证,不断提升品牌质量,积极创建“名牌产品”、“生态品牌”、“原产地品牌”等特色品牌;推行产地保护,通过地理标志产品保护产品的认证,加强原产地保护。

据了解,广元市还将围绕养殖主导品种选育、规模化良种繁育、特色优势品种推广等技术开展联合攻关,到2020年,形成2-3项具有自主知识产权的水产科技创新成果,引进推广新品种10个以上、新技术5项以上,以此创立新品牌。

绘蓝图:形成 10 家以上具有国际竞争力的企业

近日,上汽集团发布产销快报:上半年销售整车352万辆,同比增长近11%,稳居国内汽车企业榜首。其中,包括荣威、名爵在内的自主品牌乘用车上半年销量达35.9万辆,同比增长近54%。

在销量领先的基础上,上汽还在国内车企中率先成立了人工智能实验室。上汽集团董事长陈虹表示,要通过加强核心技术攻关、产品与商业模式创新等,持续擦亮“上汽品牌”。

上海国资委提出,要通过三年的努力,创新培育一批新兴品牌,巩固提升一批优势品牌,激活振兴一批老字号品牌,积极打造千亿级的名品名企,形成10家以上具有国际竞争力的企业,打响300个有较强市场影响力的品牌。到2020年,力争获得市级以上及国际认定的品牌营业收入在上海国有企业营业收入中的占比超过45%。

把脉支招 推动山西餐饮业品牌发展

■ 李雅丽 张家祺 田睿

7月17日下午,山西百家餐饮品牌企业家发展大会在太原市江南大酒店举办,这是山西省餐饮行业首次就行业品牌发展开展的研讨会。

山西烹饪餐饮饭店行业协会会长冯守瑞在大会上就该省餐饮业发展做了报告,报告深刻地指出了餐饮行业品牌发展面临的困境,比如,人才短缺、产品研发、标准化建设、文化包装等。在谈及对传统晋菜的认知时,冯守瑞说:“过去我们妄自菲薄,认为晋菜没有自己的体系,现在我意识到,我错了。我们图文并茂地对晋菜进行了整理,从理论上明确了晋菜的架构体系。”

去年,山西省提出加快发展住宿餐饮业的实施意见,打造“名店、名品、名厨、名街、名节”,餐饮业从此加快了提档升级、发展品牌的步伐。在此次大会召开前半年多的时间里,山西烹饪餐饮饭店行业协会走访了11个市、42个县,分别评选出了“山西餐饮品牌名店”“山西餐饮特色名店”“山西面食金牌店”“山西金牌火锅店”“山西餐饮小吃名店”……共梳理出山西餐饮名店152家、名品95个、名宴15个。这种“地毯式”梳理,为晋菜提质量和走出去奠定了基础。

今后,山西烹饪餐饮饭店行业协会将以“五名”战略,引导山西餐饮业创立更多金字招牌,争取每年召开一次“山西餐饮品牌企业家发展大会”,开展精准化的理论培训、政策培训、科技培训、管理培训、法规培训,全面增强企业家发现机会、整合资源、创造价值、回馈社会的能力。