

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊

今日 4 版 第 257 期 总第 9300 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 11 月 25 日 星期日 戊戌年 十月十八

品牌资讯 | Brand Information

湖北二十强农产品区域公共品牌发布

在 11 月 17 日开幕的第十五届中国武汉农业博览会上,湖北省发布二十强农产品区域公共品牌。

此次发布的“2018 年湖北省二十强农产品区域公共品牌”,经全省各市州推荐、网络投票、专家评审并综合相关行业单位意见评选出来,分别是武当道茶、恩施玉露、英山云雾茶、利川功夫红茶、洪湖再生稻米、孝感香米、京山桥米、洪山菜薹、房县香菇黑木耳、张港花椰菜、随州香菇、襄阳山药、公安葡萄、蕲艾、潜半夏、宜昌白山羊、大别山黑山羊、张沟黄鳝、梁子湖大河蟹、丹江口翘嘴鲂。

湖北省资源禀赋、地域文化、地理区位等优势明显,但多年来面临着农产品效益不高的尴尬局面,农产品供给“大路货”偏多,优质稻、精品果菜茶、名特优畜产品、水产品的比重较低,全国知名品牌数量较少。(胡琼瑶 周先竹)

中诚信品牌实验室入选“中国品牌创新发展工程”

11 月 16 日,中诚信品牌实验室在杭州举行了“中诚信全球品牌联播”开放注册品牌号暨 2018 年度“世界品牌 500 强”排行榜发布会。会上宣布中诚信品牌实验室入选“中国品牌创新发展工程”。

日前,国务院《发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》指出:“鼓励发展一批品牌建设中介服务企业,建设一批品牌专业化服务平台”,为了更好地融入中国品牌建设大潮,共创中国品牌建设,中诚信品牌实验室、中诚信全球品牌联播、大美无度数据技术(杭州)有限公司、浙江禾晨信用管理有限公司等多家企业共同发起创立“中诚信 CNISA 全球品牌运营中心”。

四川成立“老字号品牌联盟”

近日,由四川商业投资集团有限责任公司联合四川川联川菜调料商会、成都市电子商务企业协会共同发起设立的“四川老字号品牌数字化发展联盟”在成都正式成立,并同时举办的“四川老字号优品推广服务计划发布会”,以更大的力量,更高的起点,更强的态势,为川内实体企业和四川老品牌走上发展新路子助力。

该联盟将以赋能“老字号”为突破口,整合四川省内外线上线下资源,推进老字号“企业品牌化、产业数字化”发展,使四川老字号企业、老字号产品搭上品牌赋能、数字发展的快车道,顺势焕发新生,进而掀起川货出川新的高潮。“老字号”是民族历史文化的“活化石”,是深入百姓心中的“民族品牌”。据统计,目前四川拥有“中华老字号”的企业有 48 家,“四川老字号”企业达 125 家。(据四川国资委网)

南充 丝绸品牌亮相丝博会

连日来,由商务部和杭州市政府主办的 2018 中国国际丝绸博览会在杭州市国际博览中心举行。南充市荣获 2018 中国国际丝绸博览会组委会颁发的组织奖,南充市 5 户丝绸企业荣获第十九届中国国际丝绸博览会创新丝绸产品奖。

丝博会期间,南充代表团出席开幕式暨万事利新品时尚秀,参加了 2018 中国国际丝绸博览会各项重大活动。在丝博会馆内,南充市设立了中国绸都四川南充特装馆,展馆面积 216 平方米,有 10 多户企业参展,展出了丝绸服装服饰、床上用品、蜀绣工艺品、蚕丝被、丝绸面料、桑叶茶、桑葚酒、蚕具等产品,充分展现了南充茧丝绸行业发展成果。据不完全统计,南充市三天来共签意向协议金额和销售金额达 200 万余元。(易立权 柴梓嫣)

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



国产品牌离真正的潮牌还有多远

◎品牌转型带动销售 ◎从传统到潮流的风格转变 ◎距离真正的潮牌有多远

聚焦商标品牌战略 助力中国品牌振兴

《2017中国商标品牌年度发展报告》在京发布



■ 李群

日前,中国人民大学中国商标品牌研究院对外发布了《2017 中国商标品牌年度发展报告》(下称《报告》)。

《报告》显示,2017 年我国商标品牌政策供给主要以加强知识产权保护、深化商标市场制度改革、加强商标品牌的质量与创新为重点内容,我国对商标品牌发展愈加重视,商标品牌发展势头良好。

“《报告》从商标品牌政策和工作解读出发,在全面总结分析 2017 年商标品牌建设的年度进展的同时,开展有关中国品牌的专题探讨,在内涵思辨、发展沿革、发展要素、发展策略等方面对中国品牌进行了深入探讨,意义重大。”在《报告》发布说明会上,中国人民大学中国商标品牌研究院联席院长毛基业表示,这是中国人民大学中国商标品牌研究院第二次发布该报告,对商标品牌领域具有较高理论与实践价值。

反映发展现状

据介绍,《报告》通过对 2017 年全国商标品牌发展的翔实数据展开深入统计分析,讨

论全国商标品牌申请注册数量、商标品牌区域发展情况、商标品牌国际化发展状况、特定产地商标品牌发展、商标品牌服务环境等,全面系统地反映出了 2017 年全国商标品牌的发展状况。

《报告》显示,2017 年我国商标品牌发展迅速,全国范围内的市场主体参与商标品牌活动的积极性不断增强。2017 年全国的商标申请量达到了 553.898 万件,相比 2016 年同期增长 57.05%;商标有效注册量达到 265.6039 万件,同比增长 25.34%;商标累计有效注册量达到 1359.411 万件,同比增长 21.99%。2012 年至 2017 年,全国商标申请量呈现持续增长态势,申请量年增速始终保持在 15%以上。

从各省市商标品牌发展来看,全国商标品牌发展呈现较为明显的二八分化特征。全国 31 个省市中 9 个省市的商标申请量超出了全国平均值 17.3126 万件,特别是广东省更是一枝独秀,商标申请量最高,达到 109.5053 万件,占全国总量的 20.40%。从商标申请量的同比增速来看,13 个省市超过全国的平均增速。另外,2017 年我国各省市商

标注册量与同年商标申请量的占比均值在 47.99%,整体来看,我国商标申请注册的规范性较好。

从类别商标申请情况来看,2017 年我国服务业商标品牌集中度相对更高。从商标申请量同比增速来看,45 类商标中 46.67%的类别商标申请量增速超过了 2017 年的全国商标申请量的同比增速,且申请量增速超过全国平均水平的以制造业相关类别的商标居多,表明 2017 年我国的制造业发展势头良好。

值得关注的是,地理标志商标是与“三农”联系最为密切的商标,培育地理标志商标,既能提升地方名优土特产品市场知名度,促进优势特色农业产业提质增效,又能促进贫困地区生态农业开发和可持续发展,帮助农民稳定增收,助推精准扶贫。《报告》显示,截至 2017 年底,全国地理标志商标累计注册量为 3815 件,相比 2016 年增长 16.56%。以湖北省英山云雾茶为例,地理标志商标的注册使用为英山云雾茶带来翻天覆地的变化:使用前茶叶收入占人均纯收入的 10%至 20%,使用后占 30%至 60%。使用前英山云

茶每公斤只能卖 60 元,如今英山云雾茶产销两旺,每年每户农民增收 2 万多元,近 12.6 万名茶农由此脱贫致富。

深入解析研判

“相比以往的报告,此次《报告》实现了不少创新。”中国人民大学中国商标品牌研究院秘书处臧文如表示,《报告》在品牌发展语境下展开中国品牌专题探讨,聚焦商标品牌战略助力中国品牌振兴,并首次对“中国品牌”“中国自主品牌”“中国民族品牌”等相关概念开展讨论和辨析,清晰地构建出不同概念的评判准则,并在发掘中国品牌发展四大要素和四大主体的基础上,构建推进中国品牌发展的对策建议。《报告》建议,政府层面上应完善监督体系、形成信息共享和监管合力,讲好中国品牌故事;企业应健全品牌质量标准,传承中国品牌文化,彰显国人品牌个性;消费者应参与价值共创,增强品牌文化认同,形成理性健康消费习惯。

与此同时,《报告》通过定性与定量研究方法首次提出商标品牌成熟度这一评价工具,从规模效益、资源利用、国际开放、集群发展、服务环境等五个维度构建起商标品牌成熟度测评指标体系,并以北京市数据为算例,对商标品牌成熟度的实际应用展开探索性研究。

值得一提的是,《报告》首次运用时序分析、结构分析、矩阵分析、指数分析等方法对我国商标统计数据展开全面刻画和深入解析,全面反映出我国商标品牌发展的趋势特征、行业形态、区域特色、国际进展以及环境优化。

“《报告》的研究撰写历时 8 个多月,从基础的数据采集、文献梳理、资料汇总等工作入手,结合对典型区域与行业企业的实地调研与访谈,通过详实的数据分析与深入的案例剖析,力求准确完整地呈现 2017 年中国商标品牌发展的实际情况和主要特点。”臧文如表示,“随着改革的不断深入,在政府统筹、社会关切、企业重视的现实环境中,我国商标品牌整体实力不断提升,商标品牌发展迎来了一个重要的战略机遇期,各级政府部门以实事求是的态度,通过政策引领、制度保障等重要举措,将商标品牌的发展稳步扎实地推向新的台阶。希望《报告》可以通过对商标品牌工作的全面梳理总结,为商标品牌工作的开展贡献力量。”

中国竹藤品牌集群正式启动 打造中国竹藤品牌集群的国家形象

■ 孙丰波

11 月 14 日-16 日,中国第十届竹文化节在湖南桃江举办,同期,中国竹藤品牌集群第一次全体成员大会、中国竹藤品牌集群启动仪式成功举办。

11 月 14 日,中国竹藤品牌集群第一次全体成员大在湖南益阳召开,国际竹藤中心常务副主任、中国竹产业协会会长、中国竹藤品牌集群副主席费本华,国家林业和草原局宣传办副主任马大轶,集群成员单位所在地地方政府领导,各成员单位代表及集群秘书处人员参加了中国竹藤品牌集群第一次全体成员大会,会议由国际竹藤中心副主任李凤波主持。

费本华常务副主任表示,集群将以品牌为切入点,推广宣传中国竹藤的特色优势,充分发挥品牌孵化器的作用,提升中国竹藤品牌集群和成员单位自主品牌的核心价值,增强集群及各成员单位参与国际品牌竞争的實力。

马大轶副主任对中国竹藤品牌集群的成立表示祝贺,并指出国家林业和草原局对林业品牌工作非常重视,中国竹藤品牌集群是林业系统首家成立的品牌集群,为竹藤产业发展乃至林业品牌建设发挥重要的引领示范作用。他表示局宣传办公室将积极支



持,配合竹藤品牌集群工作,加大宣传和推广力度,为推动竹藤品牌集群又好又快发展营造良好氛围,贡献智慧和力量。

中国竹藤品牌集群企业轮值副主席单位代表、宜宾纸业股份有限公司副总裁幸志敏作为企业代表发言,出席大会的成员单位所在地政府部门和部分企业代表也进行了讨论交流。会议还通过了《中国竹藤品牌集群公约》和《中国竹藤品牌集群准入标准》,全体与会人员对集群工作进行了自由讨论,本次会议集群成员单位到会 23 家,其中 11 家单位的产品在竹文化节竹业博览会上参展。

11 月 16 日,中国竹藤品牌集群启动仪式成功举行,中国遥感协会理事长、原国家

航天局副局长罗格先生,国家林业和草原局生态保护修复司巡视员刘树人,国际竹藤中心常务副主任费本华,湖南省林业局副局长李志勇、国家林业和草原局驻福州专员办专员尹刚强、国际竹藤中心副主任李凤波、中国竹产业协会副会长李智勇、国际竹藤中心产业处处长李岚、湖南省益阳市副市长黄东红、福建和其昌竹业股份有限公司俞先禄出席了集群启动仪式。

中国竹藤品牌集群的成立翻开了中国竹藤产业品牌化发展的新篇章,未来将以“世界竹藤品牌的孵化器”为目标,打造中国竹藤品牌集群的国家形象,推动中国竹藤参与世界品牌竞争。

品牌认证开启茶行业“星级”时代

为深入贯彻落实 2018 年中央一号文件提出质量兴农之路,突出农业绿色化、优质化、特色化、品牌化,全面推进农业高质量发展,落实国务院《关于发挥品牌引领作用、推动供给结构升级的意见》与《农业农村部关于加快推进品牌强农的意见》,大力宣贯首部品牌评价国家标准,加快推动茶行业企业品牌认证工程,促进“中国名茶”向“中国品牌”的转变,引导茶企业树立品牌标准化管理理念。

由全国企业品牌评价组委会、中国商业联合会零供委、上海交大品牌研究中心、上海市茶叶学会、北京五洲天宇认证中心(国家唯一批准品牌认证权威机构)、中国茶品牌金芽奖评选活动组委会等机构联合主办,于 2018 年度在中国茶行业开启并实施企业品牌(星级)认证推选活动。本次活动旨在树立茶行业品牌典范,助力茶企业品牌认证的战略目标,将汇集各界力量,共同为提高中国茶企业品牌消费者认知度与市场竞争力,加强企业品牌标准化管理体系提供专业指导和数据支持。

第十二届“论道·中国茶品牌”高峰论坛与第十一届“金芽奖·陆羽奖”茶企品牌认证推选盛典将于 12 月在上海举行。本次论坛以“重塑茶叶消费信心与重构茶业商业模式”为主题,大会将汇聚跨界更高端、更前沿的顶级智库、品牌大咖、国家品牌标准制定专家、茶界权威专家、投融资团、品牌企业、创新案例,全方位论道当前中国茶行业的创新商业模式和品牌标准管理体系的新思路。(汪雯)