

第六届全国售后服务评价活动发布会



一、大会主席台嘉宾与企业代表 主席台就座的嘉宾有：
中国商业联合会名誉会长：何济海
第十届全国工商联副主席：沈建国
国务院参事室参事：任玉岭
中国商业联合会副会长：王民
中国保护消费者基金会会长：侯贵良（因侯会长出国，全权委托办公室刘姗姗主任出席）
中国自行车协会理事长：马中超
中国商业联合会副秘书长：周京英
主席台就座的企业代表有：
山西杏花村汾酒集团有限责任公司副总经理：常建伟（因常总临时有急事，全权委托工会主席王镇丽女士出席）
福田雷沃国际重工股份有限公司农业装备事业部服务总监：刘庆国
中国电信集团公司客户服务部总经理：朱正武
中联重科股份有限公司品牌部副部长：刘鹏飞
山西太钢不锈钢股份有限公司营销部副部长：苏乐
九牧厨卫股份有限公司营销总裁：张彬
浙江沁园水处理科技有限公司营销总监：疏龙林
山西澳瑞特健康产业股份有限公司副总经理：汪兴民
德力西电气有限公司客服中心总经理：金丽军



二、中国商业联合会名誉会长何济海致开幕辞。
依据国家标准做好售后服务评价工作 推动祖国经济建设
中国商业联合会名誉会长：何济海
各位代表、各位新闻界朋友、女士们、先生们：

大家下午好！
今天这个大会是两年一届的全国售后服务评价活动揭晓会议。首先，请允许我代表本次会议的主办方，欢迎大家的到来。
我们在成功举办了五届“全国售后服务评价活动”的基础上，进一步开展了“第六届全国售后服务评价活动”。与前五届评价活动不同的是，作为评价依据的《商品售后服务评价体系》标准已经由此前的国内贸易标准上升为国家标准，这使得本次活动的评价活动要求更高，过程更科学、更规范，评价结果更属权威。

行业标准上升为国家标准，这也从一个侧面反映了党和政府对服务业大发展的高度重视。抓好售后服务既是国家大政方针的要求，又是构建和谐社会的重要组成部分，同时也是企业创建品牌的必经之路。国家十二五规划纲要中也明确提出大力发展现代服务业，不断提高服务业比重和水平。

在这样的大环境下，企业狠抓售后服务，并积极参与“售后服务”评价活动，具有重要的现实意义：一是促进企业按国家

（接 5 版） 另外，承担法律责任。承担什么法律责任？我们知道民事责任、行政责任还有行政责任，三种责任都有可能同时光临到您这家品牌企业身上。民事上要承担最主要的就是损害赔偿，大家知道损害赔偿有三种，一种叫抚慰性赔偿，象征性的，精神损害就属于这一类。另外是补偿性的赔偿，损失什么赔偿什么，损失多少赔偿多少，这是一般情况下。比如我们的“三包”就属于典型的补偿性赔偿。还有一种最为严重的就是惩罚性赔偿。惩罚性赔偿有四个条件，1，违法行为，包括欺诈在内。2，因为欺诈使人受到了损失。3，企业必须是故意，而不是过失。什么叫过失呢？一不留神。什么叫故意呢？明知且放任，属于有意为之。

应该赔偿的内容包括三项，一个是补偿性赔偿与惩罚性赔偿。一个是人身损害赔偿与精神损害赔偿。一个是直接损失与间接损失赔偿。

什么是惩罚性赔偿，又叫惩戒性赔偿，指的是不但要按照等价原则进行赔偿，还要增加赔偿的数额，对待质量欺诈往往以

标准的要求来建立服务体系，制订科学的售后服务制度，参照标准弥补不足，让售后服务系统得到良好运转。二是促进企业以评价活动来约束服务行为，企业通过评价活动，获得相关荣誉之后，将更加严格地要求企业必须达到一种高水平的服务。三是通过评价活动获得国标认证的企业可以在产品包装和在服务场所使用服务星级标识，也是给企业的服务水平做出的公正、公平、可靠的评价，给顾客最直观的理解和信赖的依据。

很多企业负责人早就看出了售后服务工作对于企业发展的深远影响，他们坚持把做好售后服务贯穿到企业管理的各个层面上去，并因此赢得了顾客，赢得了更大的市场份额。今天在这个大会上，受到表彰并赢得各种荣誉的企业都是这方面的表率，你们的努力不仅仅得到有关部门的认可，更重要的是得到了消费者的认可，市场的认可。在此，向你们表示祝贺！

两年一度的“全国商品售后服务评价”活动是为了宣传贯彻《商品售后服务评价体系》国家标准而开展的，对推动全国企业售后服务工作的不断完善和服务质量的提高，对进一步拉动内需、繁荣市场，以服务促消费，保持国民经济平稳增长产生了深远影响。进一步深化、细化此项工作，是我们长期而艰巨的任务，希望广大企业一如既往的大力支持并积极参与此项工作，把售后服务工作纳入到企业的长期发展战略，增强企业产品的竞争力，把企业品牌做大做强。

我们希望，今天在这个评价活动揭晓会上获得各项荣誉的企业再接再厉，把售后服务进行到底，为祖国的经济建设做出更大的贡献，共同实现伟大的中国梦。

最后，祝各位代表在京身体健康，生活愉快！谢谢大家！



三、中国商业联合会名誉会长何济海为获得“全国售后服务功勋企业和全国售后服务十佳单位”的企业代表颁发荣誉证书。

获得此项荣誉的企业有：
海尔集团
山西杏花村汾酒集团有限责任公司
福田雷沃国际重工股份有限公司
九牧厨卫股份有限公司
浙江沁园水处理科技有限公司
雅迪科技集团有限公司
中联重科股份有限公司
中国重型汽车集团有限公司
山西太钢不锈钢股份有限公司
远大科技集团有限公司



江铃汽车股份有限公司
北京四季沐歌太阳能有限公司
太阳雨太阳能有限公司

四、著名花鸟画家吴立志先生为获奖企业代表赠送字画。



五、中国商业联合会名誉会长何济海为获得“全国售后服务十佳单位”以及“全国十佳呼叫中心”荣誉称号的企业颁发荣誉证书。

获得荣誉的企业有：
五粮液股份有限公司
中国电信集团公司
徐工集团工程机械股份有限公司
佛山市顺德罗浮宫欧美家居有限公司
天津爱玛科技股份有限公司
艾美特电器(深圳)有限公司
德力西电气有限公司
山西澳瑞特健康产业股份有限公司
杭州老板电器股份有限公司
深圳创维—RGB 电子有限公司
新杰克缝纫机股份有限公司
上海电器股份有限公司人民电器厂
澳柯玛股份有限公司



六、著名花鸟画家吴立志为售后服务特殊贡献人物代表赠画。

汾酒集团工会主席王镇丽女士代表副总经理常建伟接受赠画。此次赠送的作品名为“硕果累累”葡萄画，是由著名花鸟画家吴立志先生作画、全国售后服务评价委员会秘书长谭新政先生作诗、著名书法家袁寅章先生书写。此画由三位知名人士共同完成，一定算是价值连城的精品之作，具有极高的收藏价值。

题诗：“早闻清香能醉人，千追万赶杏花村；三杯下肚已消魂，梦喜汾酒遍地春。”谭新政作诗，袁寅章书写。



七、中国自行车协会理事长马中超先生演讲。演讲的题目是《顺应大势，服务制胜》
顺应大势 服务制胜
——在“第六届全国售后服务评价发布会暨服务创造新价值论坛”上的讲话
中国自行车协会理事长：马中超
尊敬的各位领导、各位来宾：

大家下午好！
很荣幸能参加此次发布会和论坛，并代表自行车行业发表一些个人观点和看法。

前正在人大常委会审议中，已经把“1+2”改为“1+3”，退一赔三，又叫四倍返还，这个“1+3”很有可能在这几天就公布了。也就是你买一辆 14 万的车，你有欺诈行为，除了退人家 14 万，还要赔人家 42 万，加在一起 56 万返还。这叫“1+3”。买一个 200 万的房，你有计量欺诈，不但要退人家 200 万的房款，还要赔人家 600 万，加起来叫 800 万。而且这是最低要求，鼓励企业制定严于国家法律规定的 1 赔 10。食品安全已经到了 1 赔 10 了，我们的《侵权责任法》上无上限的惩罚性赔偿。所以，今后一旦出现制假售假的欺诈行为，虚假宣传，有可能被罚个倾家荡产，国家还要追究你的行政责任，吊销你的生产许可证，吊销你的营业执照，同时还有巨额的天价的行政处罚，同时造成人身财产损害严重的，还有可能让你坐牢，把老底坐穿。

避免欺诈的几项措施。

1，遵守法律法规。法律法规是一条红线，不能越过雷池半步。搞经营的都知道，法律禁止你干的，那是一个红灯，你是不能

逾越的，法律允许你干的，那是绿灯，你放开胆子去干，但是挣不着钱。法律没做明确规定，也没有明令禁止，我们称为黄灯区，我们可以摸着石头过河，打擦边球，但是不能越过法律的底线。黄灯区是最挣钱的。

2，执行相关标准，不要小调标准，标准就是技术法规。无论是强制性的，还是推荐性的。强制性的不用说，推荐性的一经明示采用，即为法规，违反了标准，同样面临着灭顶之灾。

3，承诺必须兑现。不要做过高的承诺，要做实事求是的承诺。超过你力所能及的程度，你就是虚假宣传，苦果要由你来吞食。

4，实话实说，别说过头话，别撒谎。

后危机时代，传统制造业面临的挑战日益严峻，宏观经济环境和产品市场正发生着深刻的变化，产能过剩不断加剧、同质化竞争日趋激烈、产品市场普遍供大于求、消费者需求日益苛求。在这样的现实条件下，中国自行车行业未来的出路在哪里？自行车行业企业该如何拓展新的价值增长空间？这是我们一直在深思和探讨的话题。我想，今天的论坛主题，或许已经揭示了答案。

早在上个世纪 90 年代，面对日益严峻的行业竞争，一些领先的跨国企业就纷纷开始了从以产品为中心到以服务为中心的转型。例如，美国通用电气公司通过转型，业绩达到了标准普尔平均业绩的近两倍。如今，在一些欧美主要发达国家制造业中，兼有服务和制造业务的企业已达 20% 以上，其中美国高达 58%，而 978% 的中国制造型企业仍停留在纯产品生产加工阶段，缺少服务业务。

如何判定其是否为服务型企业？就是看企业的经营模式是否以客户和消费者为中心，以提升两者满意度和忠诚度为主线，为他们提供全方位、全过程的增值服务。对于自行车行业企业来说，向服务型企业转型意味着要重新思考创造价值的出发点和立足点，并以此触发一系列的变革，如从“卖产品”到“卖服务”的变革，顾客关系从“片面了解”到“全面了解”、从“有限互动”到“充分沟通”的变革等。

首先，“服务型企业”是提高市场竞争力的重要举措。

当前，产业的价值创造过程已经不仅仅局限于传统的生产过程，而更多地取决于产业能否与上下游共同构成价值创造的一个完整体。在此基础上，企业之间的竞争也将更多地体现在整个价值链的竞争。也就是说，未来企业的竞争，实质是商业模式的竞争。而企业一旦确立“服务型企业”的定位，并以此为基点建设相关体系，必将创造出服务差异化的竞争优势。

其次，“服务型企业”是创造企业价值源的重要保证。

传统的“制造型企业”，其利润主要来源于产品，但在产品早已进入同质化的今天，制造利润下滑已是不可避免的事实，创造附加价值也因此成为企业必须考虑的内容。向“服务型企业”转型，赢取服务利润，可以成为行业企业新的利润增长点 and 今后利润的重要来源。

根据中国消费者协会统计，售后服务的好坏对销售额、企业士气都有很大影响。服务问题一旦解决不好，直接影响企业的品牌声誉和效益。据研究，再次光临的客户比初次登门的客户能为企业带来 25%—85% 的利润，而寻找一个新客户的成本是维持一个旧客户的 7 倍。一位营销专家曾说过，一次好的服务会带来 8 个新顾客，而一次不良的服务会使企业失掉 25 名潜在客户。在产品同质化的今天，产品价格和质量的竞争是“第一次竞争”，服务的竞争则是“第二次竞争”，是企业可持续发展的重要砝码。

同时，推进“服务型企业”转型的实践过程必将推动企业管理水平的提升。而从根本上实现“以客户和消费者为中心”的转变，实现经营理念、管理模式、管理方法的巨大跃升，不仅能大幅提高企业各种服务能力，亦能大力推进行业整体素质和水平的提升。

事实上，对我们自行车行业尤其是电动自行车行业而言，“向服务型企业转型”，是一场必须为之的变革。据中国消费者协会统计，2012 年共受理电动自行车投诉 2100 件，其中涉及售后服务问题的投诉占 40.6%，远高于其他类别商品的投诉比例。

差距就是我们进步的动力。个人以为，行业企业应从以下三个方面着手：

一是管理变革，更新经营理念。

当前，技术变革不断缩短产品的生命周期，信息技术有利于决策的速度的加速，技术的迅速扩散也使大多数企业的生产能力

得以快速提高，都对传统管理理念提出了新的挑战。

这意味着现代自行车行业企业要更多的思考如何从根本上改变“以生产为中心”的观念，代之以“以客户和消费者为中心”的经营理念，从提升两者满意度和忠诚度出发，按照他们的需求组织生产经营活动。在转变工作思路的同时，业内企业还应更加注重管理制度的变革，更加注重产品体系的创新，更加注重不断研发出新型产品并推向市场。

二是高效协同，革新制造模式。

“服务型企 业”模式的核心是顾客满意度最大化，这就意味着企业要改变制造策略，全面提高“订货周期、订单批量、产品质量、个性化需求”等方面的经营能力，以满足市场对产品品种、质量、性能日益提高的要求；要建立产、供、销、研一体化制造模式，实现原料、生产、销售的无缝连接，以及研发、试制、推广的紧密结合。

“高效协同”应成为新模式下企业运营必备的理念，并通过“多品种、高质量、短周期、低库存、活配料且覆盖异地”的经营状态充分体现。生产制造过程不再仅是产品的产出，更是服务的产出与转移。

三是客户至上，创新营销服务。

要以满足客户和消费者的需求为行业工作的出发点和落脚点，服务内容也要从单一的“用户异议处理”拓展到涵盖“技术咨询、合作开发、产品加工、物流配送”等全方位服务以及各种为客户量身打造的个性化服务。开发新的服务产品，拓展服务营销是企业必须要面对的重要内容。

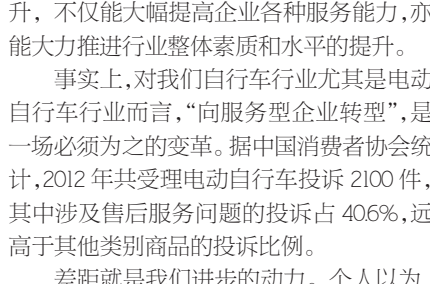
如我们已有零部件龙头企业在实行“先期介入”模式，即在整车企业新品设计和开发之初，便全过程介入相关需求等方面的工作，并有针对性地开展应用研究，为整车企业提供高品质、个性化的技术服务，形成一揽子方案，综合体现自身的服务能力和水平。

21 世纪是新经济的时代，新经济的本质上属于服务经济。进入服务制胜时代的标志是如此明显：服务的价值正变得越来越重要，以服务为导向的经营和创新战略已经成为现代企业的基本战略选择。与此同时，国家商务部在 2006 年颁布了《商品售后服务评价体系》行业标准；2011 年，其上升为国家标准。

可喜的是，自行车行业看到并顺应了这一大势。据我们了解，目前以行业十强为代表的第一批营企业已 100% 建立起较为完善的售后服务体系，其中爱玛、雅迪等还荣获了国家权威认可的售后服务认证“星级证书”，成为为数不多的首批通过国家标准《商品售后服务评价体系》认证的企业之一；以区域品牌为代表的第二批营企业也已有近一半设有服务部门，并正逐步加大此方面的投入。

我们坚信，随着行业逐渐迈向成熟，定会有越来越多的企业意识到并认同“服务创造新价值”理念，而主动转型、积极建设“服务型企业”，通过宣传贯彻国家标准《商品售后服务评价体系》，不断完善售后服务体系，有更多的企业能够通过服务认证，就一定会给自行车行业带来更美好的未来！

最后，预祝论坛取得圆满成功，谢谢大家！



八、第十届全国工商联副主席沈建国、国务院参事室参事任玉岭为荣获“全国售后服务行业十佳单位”荣誉称号的企业颁发荣誉证书。

（转 7 版）

年我看的都是清香型的，比如说二锅头，我还看见过汾酒。香型的不同并不表明质量状况的不同。国家某些监管部门对酒类做过长期的跟踪调查，发现某种香型酒的质量是最稳定的，汾酒质量最稳定。我的朋友告诉我你就喝汾酒吧，我不是给你们做广告，你们也没接待过我。只是香型的不同，不要因为香型不同就骗。

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

年我看的都是清香型的，比如说二锅头，我还看见过汾酒。香型的不同并不表明质量状况的不同。国家某些监管部门对酒类做过长期的跟踪调查，发现某种香型酒的质量是最稳定的，汾酒质量最稳定。我的朋友告诉我你就喝汾酒吧，我不是给你们做广告，你们也没接待过我。只是香型的不同，不要因为香型不同就骗。

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

年我看的都是清香型的，比如说二锅头，我还看见过汾酒。香型的不同并不表明质量状况的不同。国家某些监管部门对酒类做过长期的跟踪调查，发现某种香型酒的质量是最稳定的，汾酒质量最稳定。我的朋友告诉我你就喝汾酒吧，我不是给你们做广告，你们也没接待过我。只是香型的不同，不要因为香型不同就骗。

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

年我看的都是清香型的，比如说二锅头，我还看见过汾酒。香型的不同并不表明质量状况的不同。国家某些监管部门对酒类做过长期的跟踪调查，发现某种香型酒的质量是最稳定的，汾酒质量最稳定。我的朋友告诉我你就喝汾酒吧，我不是给你们做广告，你们也没接待过我。只是香型的不同，不要因为香型不同就骗。

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？

再反感的是“国酒”，不能自称，说大了就是吹牛，再多说就是欺。我们说国旗、国歌、国会，我们天天能见，普通老百姓能够从中间体验到国家的尊严，我们从中受益了，国槐我们天天都能看，北京有国槐，洛阳有牡丹、国花，这是大家公认的。凡是戴了“国”的，一定要让全体人受惠，说顶着国的称号，老百姓喝着，喝的人不买，买的人不喝，能称为国吗？工商局为什么叫停了？没有批下来，就是因为名不配位。凡是戴着“国”，你要想叫国，就必须让老百姓能够从中受益，起码让绝大多数人能够从中受益，才敢称国，除此之外敢叫国字，那么容易？