



四川广元推“纯黄茶”品牌

■ 张艳玲

近日,伴随着悠扬的古筝声,一场特殊的品茶会在成都市拉开帷幕,茶中新品——广元纯黄茶是这次品茶会唯一的主角。

据了解,广元纯黄茶是中国农业科学院茶叶研究所从当地群体品种的自然叶色黄化突变株中选育出的中黄一号、中黄二号茶树新品种所出产。该茶芽黄、叶黄,色彩耀目,茶叶四季均现葵黄色,萌芽期早,生长性强,产量高,氨基酸、胡萝卜素及叶黄素含量明显高于其他绿茶,是国内罕见的优质耐泡的富硒富锌高香茶和有机茶,已被国家工商总局批准为国家地理标志证明商标。

广元市委常委、组织部长冯磊表示,目前,广元纯黄茶栽培面积不到 2000 亩,总产量 1000 多斤,由于品种和品质具有不可复制性,单斤售价过万元,被誉为“黄金茶”。下一步,广元将加快扩展纯黄茶生产基地,到 2020 年,全市建成黄茶基地 5 万亩,实现名优黄茶产量 2000 吨,产值突破 20 亿元,黄茶产区农民人均纯收入 1 万元以上。

中国农业科学院茶叶研究所研究员、副所长鲁成银表示,面临竞争激烈的茶市场,品牌化发展是中国茶产业的必然选择,广元纯黄茶的推出是川茶探索差异化发展的有益实践。



四川简阳市打响羊肉美食旅游节品牌

■ 赵蝶

为进一步做优做强简阳羊肉美食旅游节品牌,全方位多角度展示简阳美食美味的多样性、地域性,并借助活动推广“天府雄州·魅力简阳”旅游形象,四川·简阳第十一届羊肉美食旅游节将于 2014 年 12 月 19 日在简阳市东城区雄州广场隆重开幕。

本届羊肉美食旅游节,由简阳市委、市政府主办,简阳市旅游局、简阳市旅游协会、简阳市羊肉美食产业协会承办,四川省旅游局、四川省旅游协会给予了大力支持。以“天府美食 味在简阳”为主题,紧紧围绕简阳美景、美食、美史开展,于 2014 年 11 月 27 日启动,将持续到 2015 年 1 月 15 日。集中活动时间为 2014 年 12 月 19 日—21 日。共有魅力简阳“韵之味、食之味、美之味”三个篇章十二项活动。

本届羊肉美食旅游节,好戏连台,亮点纷呈,可谓好吃、好看、好玩、好听。12 月 17—18 日,将举行资阳市戏剧家协会成立十五周年暨简阳市迎元旦文艺演出活动,其间将举办资阳市戏剧家协会年会、戏剧专场演出、文化交流座谈会、综合文艺演出,充分展示资阳戏剧文化艺术水平。浙江卫视“中国好声音”学员山野、毛泽少、崔天琪也将在 12 月 18 日晚的童话量版 KTV 综艺专场演出上大展歌喉,为观众奉上一场视听盛宴。

四川科技富民强县专项打造巴山生猪品牌

■ 申科

近年来,巴山生态牧业科技有限公司,依托巴山市通江县地方特色品种——青峪猪的优势,实施了四川省科技富民强县专项行动计划“巴山土猪”产业化关键技术开发与示范项目,全力打造巴山土猪品牌,产品已销往北京、上海、广州、重庆、成都等国内多个大城市和东南亚地区,产品供不应求。

通过全产业链技术集成,取得了明显的成效:一是建立起了青峪猪原种保种场,对现有的青峪猪进行了抢救性的保种及选育。二是通过科技示范基地(户)的带动,形成青峪猪特色产业集群,已建立建成青峪猪纯种扩繁场 18 个,平均每个扩繁场达到常年存栏能繁母猪 120—150 头,年生产商品仔猪近 4.5 万头。三是全县青峪猪存栏 4.5 万头,青峪猪养殖从业人员达到 1.1 万人;总产值 4.5 亿元,比 2012 年提高 44.8%。四是青峪猪优良的杂交组合和纯种推广应用达到 90%以上,健康标准化青峪猪生态养殖达到 90%以上,商品猪 10 月龄,活重 90 千克,屠宰率 69%,净肉率 55%。五是建成完善齐全的产前、产中、产后服务相配套的青峪猪技术服务体系,使本县每个养猪场和养猪专业村都有技术人员,从事养猪产业的骨干从业人员接受培训人数达到本产业从业人数的 80%以上。

雅安市独特的地理气候条件、悠久的历史传统和民族文化的多样性孕育了许多符合地理标志保护条件的特色农产品。

据雅安日报消息,围绕“商标富农”注册“地理标志证明商标”(以下简称“地理标志”),是雅安市长期以来打造知名品牌工作的一个重点努力方向。

申请地理标志对雅安市农业产业发展有何益处,申请主体需要具备哪些条件,具体申请程序又该如何操作?对此,雅安市工商局商标广告科相关负责人给出了答案。

何为地理标志?

“根据世贸组织《与贸易有关的知识产权协议》规定,地理标志是表明某一产品来源于某一成员国或某一地区或该地区内的某一地点的标志,该产品的某些特定品质、声誉或其他特征,主要由该地区的自然因素或人文因素所决定。”雅安市工商局商标广告科相关负责人介绍,地理证明商标是证明商标中的一个内容、一种表现形式,是特殊形式的证明商标。证明商标所证明的内容种类很多,包括质量、准确度、商品原产地、服务来源地、材料或制作方式等;而地理标志则是其中证明商品原产地、服务来源地的标记。

根据国家相关规定,农产品地理标志登记申请人必须是县级以上地方人民政府择优确定的农民专业合作经济组织、行业协会等;协会和专业合作社只要满足对某种商品或者服务具有监督能力的条件,即可申请证明商标。“地理标志不仅属于产地标志与质量标志,更是一种独立的特殊知识产权。”该负责人介绍,实施地理标志保护制度,是推进农特产品标准化生产、促进农特产品质量稳步提高、提升农特产品品牌价值和市场竞争力、规范农特产品生产经营秩序、做大做强特色经济产业、促进农民增收的重要举措。

地理标志带动产业发展

作为雅安市打造知名品牌工作的一个重点努力方向,经过多年努力,该市目前拥有的注册地理标志商标数量稳步增长,从 2003 年的 1 件增长到 11 件,居全省第 4

什邡市商标战略成品牌孵化器

■ 杜晓鹏 廖博

什邡市在推进商标战略进程中,立足商标监管职能,政企联动,大力培育自主品牌,着力创新服务手段,为深入实施商标战略,促进什邡经济平稳较快发展发挥了积极的推动作用。2013 年和 2014 年新增驰名商标 2 件,新增四川省著名商标 3 件,新增知名商标 5 件,什邡市注册商标、驰名商标、著名商标、知名商标数四项指标均位居德阳市前列。

为了鼓励企业争创名优品牌,什邡市立足商标战略实施计划,以做强工业商标、做优农业商标为重点,突出加快工业商标培育发展,推出实实在在的支持措施,指导帮助全市工业产品品牌争创驰名商标,先后帮助“云河”、“果园”、“利森”、“蓑山”、“亭江”等工业产品商标成功取得驰名商标,把什邡工业品牌打出去。同时以发展特色效益农业产业化为工作重点,深入实施“贴心助农送商标,真情服务谋发展”、“一村一品,一品一标”、“围绕三品打造三标”为载体的三项“商标富农”工程。重视地理标志证明商标的培育、运用和保护。正在培育的地理标志证明商标有什邡板鸭、红白豆腐、黄背木耳等,这些目前培育的地理标志证明商标,对提高特色效益农产品附加值,增强农产品市场竞争力,增加农民收益发挥了积极作用。按照“培育一批、扶持一批、推荐一批”的原则,通过商标品牌发展规划的实施,狠抓各类区域特色优势商标的申

成都远洋太古里今年底或明年初正式开业

■ 倪明

在 2013 年 6 月,由北京远洋地产与太古地产联合宣布将携手打造该项目。经过一年多的打造,今年 11 月,成都远洋太古里正式启动消费体验期,借此完善现场环境和消费者体验,为即将开业做准备。

11 月初,成都远洋太古里项目正式开启体验期,该项目作为成都春熙路首条街区式购物中心在打造之初便备受关注。成都远洋太古里(以下简称:“太古里”)项目处于成都传统核心商圈——春熙路商圈,项目正好位于东大街起始段,比邻成都大慈寺,规划为总楼面积超过 10 万方的开放式街区购物中心。

太古里项目相关人士表示,成都远洋太古里开业初步预计将在今年年底或者明年年初。希望经过一段时间的体验期,以及租户的逐步开业来完善现场环境和消费者体验。

在打造之初,太古里项目便确定街区式的购物中心模式。通过创新的设计手法将四川建筑特色融入项目中,不同于周边的高楼及室内购物中心,利用通透的独栋建筑设计让入驻的高端品牌得以临街展示,成功吸引不少品牌商家入驻。同时提供给消费者真正“逛街”的感受,希望在建筑风格上赢得消费者的关注。

太古里相关人士就表示,此前邀请多位国际知名艺术家,为项目设计独特的艺术品放置在项目的不同位置,结合比邻项目的大慈寺文化为项目增添历时和文化的韵味,与大慈寺文化相互呼应。

从 1 到 11 雅安地理商标效益明显

■ 徐健 李丽



● 石棉枇杷

位,形成了以地标品牌促进经济发展的战略格局。

“蒙顶山茶”“汉源花椒”“雅鱼”“石棉黄果柑”“石棉枇杷”“石棉指核桃”等区域特色品牌的成功注册,为全市农业、农村发展和农民增收起到极大的推动作用。

以“蒙顶山茶”地理标志商标为例,从 2003 年成功注册以来,目前已有禹贡、味独珍茶业等 18 家省市龙头企业获得“蒙顶山茶”证明商标使用许可,产品成功销往广州、上海、北京等 20 余个省市区,带动全市茶产业迅猛发展。

近年来,随着“蒙顶山茶”品牌腾飞,县域经济和农民生活也发生了巨大改变。“蒙顶山茶”综合产值达 50 亿元,品牌价值 15.34 亿元。仅茶叶一项实现农村居民人均纯收入 4223 元,占农村居民人均纯收入的 52%。

申请周期缩短一半

作为知识产权的重点保护对象,申请地理标志具有严谨的程序和注册要求。

该负责人介绍,申请地理标志,申请主体必须是依法登记注册的行业协会或专合组织,在申请时需提交主体资格的文件及复印件、信誉情况证明材料(包括:县志、农业志、产品志等)、商标图样、县政府对申请人主体资格和申请地理标志证明商标批复文件复印件、地级市人民政府出具的推荐函、地理标志所标示的地域范围划分文件及材料等相关资料。

根据相关规定,申请地理标志商标证明的主体,不具备证明商标使用权力。地理标志具体使用者必须是在该地理位置上利用其资源进行生产、服务的生产者、服务提供者;申请主体只能作为对使用该证明商标商品的检验监督者,对地理标志使用者进行监督检查。

以往,申请地理指标普遍周期在 2-3 年左右,去年新修订的《中华人民共和国商标法》对审查时长进行了缩短,现在,申请地理标志最快一年以上就能成功,缩短近一半时间。

14 家化企跻身四川百户大企业

■ 谢昭萍

日前,记者从四川省经信委获悉,四川 2014 年度百户大企业大集团培育名单出炉。四川龙蟒集团、四川美丰集团、和邦股份、中石化四川分公司等 14 家石油化工企业上榜。

据四川省经信委总经济师赵辉介绍,根据《四川省培育大企业大集团动态调整办法》,大企业集团是以企业上年度营业收入为基准,由高到低排序,取前 100 户纳入培育范围,分为迅速做强做大、快速成长壮大和发展前景广阔三类企业。2014 年百户大企业集团入围门槛营业收入上升至 40 亿元,比上年的 36 亿元增长了 11.1%。入选企业将享受税收、用地、融资、要素保障“直通车”服务等 16 个方面扶持引导政策。

连续 8 年入围榜单的龙蟒集团每年科研经费投入占产品销售收入 5%以上,目前共拥有各项专有技术 100 余项,拥有高素质专业技术人员 2000 多人;美丰化工 2013 实现营业收入 57.6 亿元、净利润 1.69 亿元,传统化肥节能降耗成效显著;和邦股份制定了向高端产业发展的战略,即通过引进世界一流技术、并购优质企业,发展以双甘膦、草甘膦、蛋氨酸为起点的高端农化产品,同时引进碳纤维新材料项目等高端精细化工产品项目。

万余家企业参加“三大活动”

川货成交额超 4300 亿元

■ 曾小清

记者 11 月 27 日从四川省商务厅获悉,1-10 月,已有超万家企业参加“惠民购物全川行动”、“川货全国行”和“万企出国门”市场拓展“三大活动”,成交额超 4300 亿元。

前 10 月,“惠民购物全川行动”共举行大型促销活动 962 场(次),参与企业近万家,拉动消费 4177 亿元;“川货全国行”活动已举办 8 场,参展企业上千家,成交金额达 27 亿元;“万企出国门”促成意向成交 18.2 亿美元,参加的 3795 家企业中,近半是首次参加境外活动。

商协会牵头,产业联动拓展市场。创新国内外市场联动拓展机制,在省内举办茶博会,促进市民消费;依托“川货全国行”组织上百家川茶企业拓展市场;60 余家川茶企业参加香港茶叶展、俄罗斯食品展,意向成交 3500 万美元。食品方面,200 余家企业在北京、上海实现成交额 4.47 亿元左右。

市州打头阵,区域品牌崭露头角。眉山市组织上百家企业开展“东坡味道·飘香全国”进京专场活动,并建立北京丹棱一条街。依托专业机构,巴中市主打的“巴食巴适”专卖店在重庆、西安、上海、北京陆续开业。

创新机制,重点市场取得突破。商务厅与北京市商委、天津市商委、中国蔬菜流通协会、北京首农集团、荷兰经济部企业局建立长期合作机制;通过与中国蔬菜协会合作,推动四川产品走向昆山。1-10 月,四川省企业在境外新设外贸网站 142 个。

前 10 月,“天府网交会”平台促成线上线下交易额达 87.6 亿元,其中网络销售 22.6 亿元。