

双汇实施商标品牌战略:十三五挺进世界 500 强

■ 本报记者 李代广

4月28日,河南省深入实施商标品牌战略工作会议在郑州召开,会议回顾总结三年来河南实施商标战略工作情况,表彰先进,交流经验,安排部署今后三年的目标任务。

河南省商标战略实施工作领导小组组长、副省长王艳玲出席会议并作重要讲话,河南省商标战略实施工作领导小组办公室主任、省工商局局长马林青总结通报了全省实施商标战略的工作情况。

据了解,在过去的三年里,河南商标战略得到高度重视,商标发展也取得了历史性突破,众多商标品牌影响力提升显著。其中,双汇等一大批拥有自主品牌的企业,已走出国门、享誉海内外,成为代表河南形象的“名片”。

会上,河南双汇发展股份有限公司副总裁宋保国,作为实施商标战略先进单位典型代表进行了发言。

宋保国在发言时说,多年来,双汇集团以“消费者的安全与健康高于一切,双汇品牌形象和信誉高于一切”为质量方针,把质量和服务作为企业品牌的根本,坚定不移地实施商标品牌战略,从河南走向全国,从中国走向世界,实现了一次次的辉煌跨越。

从上世纪 80 年代以来,在董事长万隆



的带领下,双汇集团坚持走规模化发展、品牌化经营、产业化联动的创新之路,开拓了中国肉类品牌,由一个资不抵债的小型肉联厂发展成了全球最大的猪肉食品企业,成为有全球影响力的跨国公司。

说起双汇近几年取得的成就,宋保国回答得很简洁。2013 年,双汇母公司万洲国际以 71 亿美元收购美国史密斯菲尔德公司,创下了中美历史上最大的并购案;2015 年 9 月,董事长万隆陪同国家主席习近平访

美,并出席中美企业家高峰论坛,为企业和整个肉类行业赢得了荣耀……当然还有很多不胜枚举的辉煌时刻,双汇习惯于一切用数据说话。

上世纪 90 年代,双汇率先开创了中国肉类品牌,公司形成了以商标和司徽为主的注册商标群,共计 668 件,位居全省第一。经过近 30 年的不懈努力,双汇开创了中国肉类品牌,并打造出双汇王中王、马可波罗等 20 多个产品子品牌,满足了消费者的多样

化需求。据统计,双汇的肉类产销量、营业收入和市场占有率始终保持国内领先地位,产品深受消费者的信赖。

在实施商标品牌战略的发展歷程中,双汇集团取得了显著成就:位列第九届中国最有价值品牌 500 强中第 53 位,较 2014 年上升了 20 位。十二五期间,双汇商标品牌价值达到 429 亿元,连续 20 年保持全国肉类行业第一。

十三五已然到来,在新时代的映衬下,企业又该如何做好创新转型呢?宋保国在回答记者提问时说,2015 年,双汇发挥中美企业协同效应,建成投放了郑州双汇美式工厂和上海双汇西式工厂,引进美国肉类品牌 smithfield,生产高品质的美式产品,推进结构调整和转型升级,为企业深入实施商标品牌战略增添了新的内容。

现如今,双汇依托品牌大力创新,提升竞争力,成为在全国乃至全球的行业龙头,起到了“打造一个品牌、兴旺一方产业、富裕一方群众”的作用。

宋保国说,十三五期间双汇集团将积极落实“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,整合全球资源,推进结构调整,在创新转型中实现新的跨越。加强国际交流合作,不断完善企业核心技术,持续提升竞争力,“力争十三五进入世界 500 强!”

央视摄制组走进川庆物探东秋 8 三维项目工地 大型科普纪录片《石油的故事》在塔里木开机



●把技术管理人员评价讨论施工方案收入镜头

本报讯(张雪峰 尹静 刘君 万小翔 特约记者 屈永志)4月26日至4月29日,中央电视台大型科普纪录片《石油的故事》摄制组在塔里木油田正式开机,首站走进了川庆物探塔里木盆地东秋 8 三维项目施工现场。

据介绍,这次专题拍摄是为落实中央领导批示精神,营造石油石化产业健康发展的良好环境,由中宣部牵头,中央电视台立项启动了大型科普纪录片《石油的故事》摄制工作。该片拟以中国石油为主要拍摄对象,以石油生成、勘探、开发、炼制、储运到销售的主要工序为主线,讲述石油故事,普及石油科普知识,展现石油工业发展历

程,宣传石油工业战线的艰苦奉献与责任担当。初步计划摄制 8 集,每集 30 分钟,摄制完成后,在中央电视台及各省市电视台播出。

根据拍摄计划,摄制组安排 4 天时间,深入到川庆物探正在进行施工作业东秋 8 三维勘探项目施工作业现场。从地球物理勘探的测量、钻井、采集、后勤保障到室内资料处理等各生产环节。通过镜头,介绍石油物探一线员工为保障国家能源安全,促进地方经济和社会发展而常年征战崇山峻岭、戈壁荒漠,在极其恶劣的环境下艰苦创业的真实工作场景,充分展示中国石油员工爱岗敬业、默默奉献的崇高精神。

河南省检验检疫局局长李忠榜到华英公司指导工作

■ 本报记者 李代广

4月28日,河南省检验检疫局局长李忠榜到华英公司视察指导工作,信阳市检验检疫局局长孙映、潢川县县长兰恩民、华英公司董事长曹家富等陪同李忠榜局长先后参观了种鸭五场和禽类加工六厂。

在参观结束后举行的座谈会上,曹家富

董事长汇报了华英公司的基本情况,他感谢省检验检疫局对华英的关心和支持,表示要把企业进一步做大做强做优,努力全省进出口事业作出新的更大贡献。

李忠榜局长对华英公司的工作给予了充分的肯定,他认为,华英不愧为中国鸭业第一品牌,是禽类行业的标杆企业。在以后的工作中,省检验检疫局会持续给予大力支持,双方加强合作,共同发展。



太原大明助力钛板出口加工

●钛板开平现场。

日前,太原太钢大明金属制品有限公司为某客户加工完成的首批 33560kg 钛板,将出口挪威用于海底石油管道,这是该公司今年以来完成的第二次钛板加工出口业务,获得了客户的高度认可。

钛板具有质量轻、强度高、耐腐蚀性强等诸多优点,主要用于航空、航天、医疗等高端设备的制造。但钛板因为价格高昂,对加工要求非常高。本次加工工艺涉及主要工艺为分条、开平、矫平,客户不仅对该批加工的钛板平整度要求特别高,还对划伤、油污等表面缺陷控制要求非常严格。太原太钢大明金属制品有限公司对卷板开平和矫正工艺进行诸多优化,保证了钛板的平坦度。

特约记者 杨木军 通讯员 王丹 张若崑 摄影报道

中建二局三公司成都市首支农民工安全督察队引关注 迎接四川省安全监管局调研组调研

4月28日,由四川省安全监管局二处谢述奎副处长带队,市安监局、高新区经济发展局、高新区安监站、高新区规划建设局相关领导组成的调研小组在中建二局三公司成都分公司党委书记鞠高德的陪同下,至中洲城南项目开展农民工安全督察队调研工作。

此次调研,是省安全监管局针对如何更好地开展施工现场安全管理工作所组织的专项调研,而在中洲城南项目诞生的成都市第一支农民工安全督察队这一亮点引起了上级领导的高度重视。

调研组首先听取了项目关于组建农民工安全督察队的汇报,汇报详细地介绍了督察队员的选拔、管理、工作安排以及对未来的工作计划等,使得调研组对农民工安全督察队这一“新鲜事物”有了初步了解;然后,通过安全总监介绍督察队具体开展的工作和推进项目安全文明施工的成效,令在座的领导对项目创新的管理方式赞不绝口。其次,调研组还专门与督察队队员们进行了细致交流,详细了解各位队员平日的工作和生活状态,交流在安全督察队工作开展中的心得体会,使得调研组更加透彻地了解督察队各方面成效。随后,调研组来到项目安全体验区,通过对体验区的参观,直观细致地了解项目部如何开展安全培训和管理,整个过程中调研领导频频称赞,十分认可项目部的安全管理工作和创新思路。

四川省安全监管局谢述奎副处长在调研中表示,中建二局三公司中洲城南项目团队是一支富有创新精神的团队,诞生的农民工安全督察队就是充分的体现,项目



在传统的安全管理模式下,通过融入农民工安全督察队,不仅扩大了安全管理受众面,还以巧妙的方式加强了管理人员和农民工的沟通;通过创立微信群及时有效地处理安全隐患;通过督察队员以工友的身份使得工作开展更加顺畅,进一步落实现场危险管控;通过搭建安全体验区做到直观详细的安全培训和交底,全方位确保了现场施工安全,也体现了作为国企的人性化管理和关怀,是建筑行业值得学习的。

中洲城南项目农民工安全督察队,是中建二局三公司西南区域成立的首支农民工安全督察队,也是成都市第一支农民工安全督察队。成都分公司以安康杯竞赛启动仪式为契机,使得农民工安全督察队精彩亮相,并在接下来的一个月中于启阳恒隆广场、华熙艺术村、重庆联合项目部等多项目成立、发展、壮大,得到了外部媒体的高度关注,接受多家权威媒体的报道,此次迎接省安全监管局的调研,是上级领导对此项工作的认可和鼓励,同时也更加坚定了深入开展此项工作的决心。

(徐启星 贺前敏)

宁陵假白象侵权法院判赔 10 万元

■ 本报记者 李代广

白象食品集团是中国食品行业发展三十年来飞速变革的五大方便面品牌企业之一。白象“大骨面”曾经以其独特的品质个性和创新的营销模式在中国食品行业创造了一个神话,至今白象大骨面还在中国不少市场上畅销不衰。2006 年,“白象”商标被国家工商行政管理局商标局认定为驰名商标。

2012 年,白象食品集团为实现 100 亿的市场战略目标,决定进军饮料行业,在竞相追逐的中国饮料行业中崭露头角,白象“大力神”和白象“山核桃磨坊”等产品在国内多个市场发展势头强劲。

市场发展 to 一定阶段,必不可少会出现一些投机取巧、模仿和侵权行为。就在今年春季糖酒会刚刚结束不久,白象饮品有限公司相关负责人向媒体记者反映说,近期他们发现市场上有企业公然以“白象食品集团”和“白象食品”的名义进行销售和推广,并且在国内一些区域展会上大肆推销他们的侵权产品,对白象食品集团造成了伤害。

侵权行为并非偶然

针对白象饮品有限公司的投诉,记者采访了白象饮品有限公司总经理刘艺。他说,最近发现的个别企业对白象品牌的侵权行为并非偶然,早在 2012 年,白象食品集团就发现有企业用“白象”的商标注册“宁陵白象食品有限公司”,而且生产的鲜果乳、大红枣、花生牛奶等乳味饮料和核桃牛奶复合蛋白饮品上使用了“白象”商标并使用了注册标记。

对此,白象食品集团在 2012 年 10 月向河南省工商行政管理局进行了投诉,拿起法律的武器捍卫自己的品牌。河南省工商局当即向国家工商行政管理总局发函,请求核实白象的投诉材料。

2013 年 1 月,国家工商总局商标局对此进行了批复,认定宁陵白象食品有限公司的行为属于侵权。

河南省工商局商标监管处当即责成有关部门对此进行查处。在执法部门的干预下,侵权方宁陵白象食品有限公司与白象食品股份有限公司在 2013 年 4 月达成协议,承诺从 2014 年 2 月 1 日起不再以“白象”为商标进行生产、销售和对外宣传。协议主要条款如下:

宁陵白象自 2014 年 2 月 1 日起,除宁陵白象核准注册的 29 类商标核准的商品,不得生产销售以“白象”作为商标或产品名称的饮料产品。

宁陵白象应在本协议生效之日起,应立即开始办理名称变更事宜,宁陵白象拟变更名称中不得使用与白象食品股份“白象”驰名商标相近似或容易引起混淆的字号。

宁陵白象最迟于 2013 年 7 月 31 日前名称变更完毕,2014 年 2 月 1 日起,“宁陵白象食品有限公司”名称全部停止使用,启用新公司名称。

宁陵白象 2014 年 2 月 1 日起,不得再以“白象食品”名义对外进行宣称。以不使第三方误认宁陵白象与白象食品股份或“白象食品”、“白象食品集团”有任何联系为基本原则。

在宁陵白象履行完毕第一至第四条的前提下,白象食品股份许可宁陵白象在 2014 年 1 月 31 日前消化原有使用“白象”商标的产品包装。

但事实并没有想象的那样美好。2014 年 8 月,白象饮品有限公司在郑州一个展会时发现该企业仍然以“白象食品”的名义并使用“白象”商标在销售产品。

白象饮品有限公司当即向郑州市工商局进行投诉,工商局执法人员当场查处并封存了该企业的侵权产品,并下达了“实施行政强制措施决定书”。

针对侵权企业的违约行为和的不诚信的做法,白象饮品有限公司向当地人民法院提起诉讼。法院于 2015 年 7 月 31 日对本案进行二审判决(此判决为终审判决),认为宁陵白象食品有限公司属于违约和侵权行为,并责令立即停止侵权并办理企业名称变更事宜,同时向白象食品集团支付违约金 10 万元。

维权的决心不会改变

刘艺告诉记者,“白象”驰名商标来之不易,是白象食品集团全体员工几十年用心血和汗水换来的,也是全国广大消费者关心和支持的结果。白象“大力神”和白象“山核桃磨坊”目前良好的发展势头说明了广大消费者对“白象”品牌的高度认同和喜爱。白象食品集团决不允许任何不法分子伤害“白象”品牌,将同不法行为斗争到底。

刘艺表示,任何一个企业,都应该树立自己的品牌意识,认真做好产品。不要有投机心理,不要去跟风,不要去打别人的擦边球,更不能干仿冒和侵权的事,那样是十足的短期行为,伤害别人同时对自己也不好,一旦诉诸法律将得不偿失。做为企业决策者,应该把眼光放远,更要有法制观念,脚踏实地地做品牌,打造自己的百年老字号,只有这样,企业的路才会走得更远。