



酒香还需勤吆喝 让品牌成竞争力

“中国品牌之都”如何重拾优势？

记 者 殷聪 仇九鼎

曾连续四届获评“中国品牌之都”，先后获评“中国文具之都”“中国模具之都”“中国塑机之都”“中国服装之都”，跻身全国小家电产业知名品牌创建示范区……近年来，我市成功走出一条“品牌产品、品牌企业、品牌产业、品牌经济、品牌城市”的发展之路，品牌发展日益深入人心。

从今年起，每年5月10日是“中国品牌日”。作为“中国品牌之都”，宁波品牌建设之路现状如何？在品牌助力“宁波制造”走出去，提升城市形象宣传等方面，还有哪些短板和不足之处？近日，记者深入企业一线，走访相关部门和品牌专家，求解“中国品牌之都”复兴之策和发展良计。

甬企国际商标注册数全省第一

“现在我们望海茶名头更响亮了。”进入采茶旺季后，宁波望海茶业发展有限公司总经理潘启真笑得合不拢嘴。就在不久前，杭州某公司通过阿里巴巴平台找到潘启真所在的宁波望海茶业发展有限公司，订下了一笔49万元的大单。

“49万元的大单刷新了尘封五年的望海茶销售记录，208公斤的茶叶加上包装后装了整整一卡车。”潘启真笑着说。潘启真的另一个身份是宁海茶叶协会秘书长，他告诉记者，获评为国家地理标志产品后，“宁海望海茶”今年前四月的销售量已超过7000公斤，销售额逾630万元，与去年同期相比增长了30%。

不光是望海茶，依托品牌优势，我市文具、家电、模具、服装、塑机等产品发展不断提速。据初步统计，截至2016年年底，全市拥有有效注册商标15.9万件、省级商标品牌基地9个、驰名商标83件，省著名商标643件，市知名商标1344件，国际商标1.28万件，地理标志证明商标27件。其中，国际（马德里）注册商标与地理标志证明商标数位居全省之首。同期，我市拥有市级名牌564个，其中制造业品牌494个，占比87%；拥有省级名牌374个（省区域名牌9个），其中制造业品牌280个，占比75%。

“近年来，品牌经济在全市经济总量中的比重不断上升，全市工业名牌产品销售产值占全市规模以上工业销售产值的比重逐年上升。”市质监局相关负责人表示，我市逐步涌现出奥克斯、方太、双鹿、海天、雅戈尔、贝发、杉杉等一批传统知名品牌。

宁波品牌发展指数滞后城市发展

尽管企业注册商标积极性高涨，然而，横向来看，“十二五”以来我市品牌发展步调放缓。市智研院近期对全省11个城市的品牌发展进行了调研，并综合驰名商标数量、浙江名牌数量以及标准制定数量等参数进行了横向对比。结果显示，宁波品牌发展指数低于杭州、金华，名列第三。



商标注册申请人在宁波商标受理窗口咨询相关业务。（殷聪 摄）



一年一度的宁波国际服装节成为宁波服装走向世界的重要窗口。（徐能 摄）

“我市民营经济发达，民营企业约占我市市场主体总量的95%。众多民营企业为我市发展提供澎湃动力的同时，也在一定程度上制约了品牌经济的发展。”浙江省品牌学院执行院长、宁波诺丁汉大学教授刘任远直言不讳地说，不少民营企业只注重效益，品牌发展意识不强。部分企业虽重视品牌，但缺乏专业品牌营销管理机构的指导与专业人才联动，对如何打造自主品牌没有清晰的思路，缺少打造品牌的理论知识与经验。

“民营企业品牌发展意识不强，这在创牌及相关荣誉评比上尤为明显。截至去年末，我市工业名牌企业占规模以上企业总数的比重不到4%，低于全省平均水平。”市质监局相关负责人表示，我市部分民营企业参与品牌建设的积极性并不高，以全国首批制造业单项冠军评选为例，我省共有11家企业最终获评制造业单打冠军，其中杭州8家，宁波2家。

全国首批制造业单项冠军宁波仅2家企业获评，这让众多业内人士颇感意外。相关专家告诉记者，我市曾做过一项统计，全市约有140个行业细分领域的“领头羊”。“此次宁波获评数量不多，企业申报积极性不高是主要原因。”该专家说。

不光是国内的创牌工作，我市国外品牌创建工作也面临着同样的困境。市商务委贸管处相关负责人告诉记者，临港让我市的外向型经济有着天然的发展优势，然而，我市部分从贴牌起步的企业重创牌轻用牌，重评比轻培育，以为获得某称号后便是名牌，知道如何发挥品牌价值的企业家寥寥无几。

“由于基本是贴牌出口，部分企业对自主品牌出口抓得不紧，自

“十二五”以来，我市品牌发展步调放缓。市智研院近期对全省11个城市的品牌发展进行了调研，并综合驰名商标数量、浙江名牌数量以及标准制定数量等参数进行了横向对比。结果显示，宁波品牌发展指数低于杭州、金华，名列第三。

宁波需要打好“中国制造2025”试点示范城市这张牌，它将是未来品牌发展的根基。

有商标出口比例仍然较低，品牌在国际市场知名度不高。”该负责人说，部分欧美进口商将中国视为廉价商品的供应市场，并不认可国内的自有品牌。“他们只希望国内企业贴上经销商的牌子赚取丰厚的利润，该举措进一步打击了企业培育品牌的积极性。”

逐浪“互联网+”宁波品牌慢了半拍

市智研院相关负责人表示，“十二五”期间正处“互联网+”蓬勃发展的黄金时期，宁波企业转型的还不够快，未能跟上品牌发展与“互联网+”等新模式新业态结合的良好时机。

与宁波一起被授予“中国品牌之都”称号的青岛，在海尔、海信、青啤、双星、澳柯玛等老“五朵金花”之后，推出了新“五朵金花”，即高铁之花中车青岛四方、新锐之花特锐德、智造之花红领集团、海洋之花明月海藻集团、常新之花透视软控股份。青岛以智能制造和“互联网+”促进品牌发展，引导传统品牌企业嫁接新技术、新模式，使传统品牌保持新活力，同时促进新兴品牌的不断涌现。

“特别是红领集团，依托云数据和云制造，该公司只需2秒便能获取顾客19个部位的22个数据，实现服装的精准量体。”市智研院相关负责人告诉记者，红领集团将西服定制从最初的个性设计到最后的成衣配送的时间压缩至七天，“不光如此，红领集团通过品牌宣传一炮走红后，已从卖产品逐渐过渡为卖服务。通过为传统企业升级改造提供解决方案，红领集团成为众多传统企业眼中的‘香饽饽’。”

“不光是青岛，深圳、杭州等城市近几年较好融入了‘互联网+’，涌现了大批新兴品牌和知名企业，如华为、腾讯、华强、普联、阿里巴巴、H3C、蘑菇街等，为当地品牌发展贡献了重要力量。”该负责人说，新品牌不断冒尖，老品牌持续发力，让宁波与深圳、杭州、青岛的差距拉大。

“以前信息不互通，如今通过互联网共享，整合设计、技术研发等资源，企业只需在相关平台上发布需求信息，利用平台的全球专家智库，查询设备专利、评估设计成本，最后打模样品，整个生产周期大大缩短。同时，互联网也带来了品牌营销和宣传上的颠覆性转变。”长期扎根宁波的品牌营销专家李晓龙认为，随着技术、专利的红利逐渐消失，我市企业更要与时俱进，加速融入“互联网+”，不仅要做好行业细分领域的单打冠军，也要做公众熟悉的知名



品牌。

借力“中国制造2025”重拾优势

“去年8月，我市成为全国首个‘中国制造2025’试点示范城市。该消息发布后，我市品牌发展找到了一把助其快速发展的‘金钥匙’。”市智研院相关负责人表示，宁波需要打好“中国制造2025”试点示范城市这张牌，将它作为我市未来品牌发展的根基。

将“3511”产业和八大细分行业纳入名牌、商标培育重点；围绕9大块状产业培育区域名牌……我市相关部门近期连续发布的政策，印证了该负责人的观点。“除了结合‘中国制造2025’试点示范城市外，我市应抢抓‘一带一路’建设机遇，发挥宁波作为重要枢纽的作用，积极拓展国外市场，重视品牌的‘走出去’和国际化培育工作。”该负责人说。

“品牌价值如何体现是我市加快品牌发展需要重视的关键环节之一。”市营销协会副会长、宁波工程学院副教授朱美燕认为，企业是品牌发展的主体，政府、行业协会应各尽其职，营造氛围，调动企业发展品牌的积极性。2010年至2011年，我市曾公布两批《宁波市自主创新、驰名商标、品牌产品纳入政府（国有）采购目录》，通过政府采购和政府（国有）投资中优先采购本土品牌产品，鼓励企业做优产品、积极创牌。

此外，专业机构、专业人才的引进也是我市目前亟待解决的问题。“我市应积极开展品牌价值评估，做好商标质押贷款工作。”朱美燕说。据统计，截至去年底，我市已有22家企业获得商标质押贷款，商标质押融资额18亿元。

“品牌培育好比种植一棵果树，需要大量的资金、人员、策划充当肥料。”朱美燕认为，何时施肥，施什么样的肥，需要企业把控，也需要政府的引导，“只有企业强化品牌培育主体意识，加上政府与企业的通力合作，才能让品牌这棵果树结出累累硕果。”

热点点睛

宁波“一带一路”综试区写入浙江省党代会报告

浙江省第十四次党代会报告全文近日公布，1.8万字描绘了“两个高水平”蓝图。其中，在谈到今后五年的主要任务时，报告提出要着力深化改革扩大开放，全力创建宁波“一带一路”建设综合试验区。

报告提出，今后五年，我省要坚持以“一带一路”统领全省新一轮对外开放，全力打造“一带一路”战略枢纽，加快培育参与国际竞争与合作的新优势。围绕政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通，统筹整合相关国家战略举措和重大平台载体，联动推进海港、陆港、空港、信息港建设，高水平构筑义甬舟开放大通道，推动自贸试验区、江海联运服务中心、跨境电商综试区等开放大平台建设取得突破性进展，全力创建宁波“一带一路”建设综合试验区，加快推进全球电子商务平台建设，继续办好世界互联网大会、中国—中东欧国家投资贸易博览会、中国国际茶叶博览会，提升义新欧、甬新欧通道运输能力和作用，加快建设国际港航物流枢纽、贸易枢纽、产能合作枢纽、新金融服务业枢纽和人文科教交流枢纽。

（浙江日报）

5月对外直接投资同比下降38.8%

6月16日，商务部合作司负责人介绍我国对外投资合作有关情况。今年1-5月，我国境内投资者共对全球145个国家和地区的3121家境外企业进行了非金融类直接投资，累计实现投资345.9亿美元，同比下降53%。其中，5月份对外直接投资82.2亿美元，同比下降38.8%。

这位负责人指出，今年我国对外投资合作呈现以下特点：一是对“一带一路”沿线的45个国家出现新增投资，合计非金融类直接投资49.9亿美元，主要投向新加坡、老挝、印度尼西亚、马来西亚、巴基斯坦、柬埔寨、俄罗斯、越南、阿联酋、缅甸等国家和地区；二是对外投资主要流向商务服务业、制造业以及信息传输、软件和信息技术服务业；三是我国企业在“一带一路”沿线的61个国家新签对外承包工程项目合同2128份，新签合同额384.7亿美元。

（商务部网站）



B2 沿着“一带一路”寻找新坐标

B3 抢搭“国字号”快车 甬沪上演“双城记”



B4 洋悟空“大闹”诺丁汉

