

共创上海大品牌 找寻发展新机遇

纪念商标法颁布30周年暨驰名商标高峰论坛昨举行

本报讯(首席记者 薛慧卿)昨下午,由本报和上海市商标协会主办的纪念《中华人民共和国商标法》颁布30周年暨驰名商标高峰论坛在虹桥迎宾馆举行。本市187家驰名商标、著名商标企业的负责人和专家学者齐聚一堂,商讨如何共创“上海”大品牌,为上海的品牌建设和转型发展献计献策。

本次论坛由上海市商务委员

会、上海市工商行政管理局、文汇新民联合报业集团任指导单位。上海市现代服务业联合会会长周禹鹏,上海市商务委员会、上海市工商行政管理局、上海市商标协会以及文新集团、新民晚报领导出席并致辞。

今年是《中华人民共和国商标法》颁布30周年。过去的30年,是上海商标快速发展的黄金时期。上海的有效注册商标总量从原先的几千件

迅速增长到现在的26万多件。2011年,上海的注册商标申请量突破8万件,注册商标核准量超过5万件。

与会专家指出,对企业而言,商标是核心资产,是参与市场竞争的重要载体。上海要加快建设“四个中心”和社会主义现代化国际化大都市,需要一流的城市软实力。培育、扶持、孵化和集聚一批在国内国际市场上具有影响力和竞争力的著名商标、驰名

商标,也是上海软实力的充分体现。“品牌的影响力已经成为引领当今世界经济和地区发展的发动机,中国驰名商标和上海著名商标企业更要万分珍惜来之不易的品牌,找寻新的发展机遇。”周禹鹏表示。

新民晚报、恒源祥、信谊药厂、携程、杰事杰新材料、城市蔬菜、漕河泾开发区、回力鞋业等获得中国驰名商标、上海著名商标称号的相关单位负

责人纷纷表示,将不断提高商标注册、运用、保护和管理能力,发挥商标在上海加快建设“四个中心”和社会主义现代化国际大都市中的积极作用,推动上海创新驱动、转型发展。

论坛上,本报发出质量诚信倡议书,呼吁广大品牌企业依法执业、诚信经营、严格履约、优质服务、加强自律、公平竞争、接受监督,共同营造规范有序的服务市场环境。

品牌企业质量诚信倡议书

诚信、守法是企业在市场竞争中的立业之道、兴业之本。在《中华人民共和国商标法》颁布30周年暨驰名商标高峰论坛举行之际,新民晚报向全市企业发出如下倡议:

■ **依法执业** 品牌企业应当遵守执业纪律,恪守职业道德,依法履行职责;自觉遵守和执行国家法律、法规、规章以及行业规范的规定。

■ **诚信经营** 品牌企业应当在经营中恪守诚实信用;提供真实、准确的信息;维护消费者的合法权益,维护社会公共利益。企业内部要强化诚信意识,完善诚信建设体系。以诚实守信为核心价值观,纳入企业精神文明和企业文化建设之中,使诚信经营理念落实到企业生产经营的全过程。

■ **严格履约** 品牌企业应当规范签约、履约行为;积极使用合同示范文本,合法使用合同格式条款;严格执行合同约定。

■ **优质服务** 品牌企业应当为消费者提供优质、高效地服务,勤勉尽职,认真负责地办理各项

业务,保证服务质量。强化企业对经济、环境和社会发展的责任,维护利益相关者合法权益,注重环境保护,热心公益事业,积极研发、生产污染小、能耗低的产品。

■ **加强自律** 品牌企业应当建立健全行业内部管理制度,规范市场行为;维护行业利益和行业形象。

■ **公平竞争** 品牌企业之间应当相互尊重,公平竞争;杜绝欺诈、低价竞争;禁止故意诋毁、贬损其他企业及其从业人员的工作能力和声誉。

■ **接受监督** 品牌企业要自觉接受广大消费者、政府监管部门和新闻媒体的监督及各行业之间的互相监督。

诚实守信是企业持续发展和增强市场竞争力的源泉。作为上海知名媒体,我们呼吁广大品牌企业积极响应我们的倡议,在取得经济效益的同时,积极参与社会公益事业,履行社会责任,共同营造规范有序的服务市场环境。

新民晚报社

2012年4月11日



■ 昨天的高峰论坛上,共同的话题引起与会者的共鸣

本报记者 张龙 见习记者 陈梦泽 摄

走过悠悠岁月,如何迈好时尚步伐?

——专家学者和企业负责人畅谈商标保护发展

“华生名牌今安在,飞跃冰箱何处寻?天府可乐去难归,失而复得美加净。”这首打油诗的背后,折射出一个个商标的沉浮。

截至目前,本市共有上海著名商标917件,中国驰名商标114件,它们都是上海的“名片”。商标,如何成为企业发展和经济转型的发动机?恰逢商标法颁布30周年,与会专家学者和相关企业负责人在昨天举行的驰名商标高峰论坛上畅所欲言。

金字招牌都有“故事”

每一块“金字招牌”的背后,都有一串生动的故事。新民晚报总编辑陈保平动情地说,《新民晚报》是一张具有悠久历史的报纸,在我们报社陈列着两尊塑像:一是1929年创办《新民报》的陈铭德,二是《新民晚报》的首任社长赵超构。这两尊塑像提醒我们,《新民晚报》之所以成为一个品牌,首先是历代报人呕心沥血、全情投入、经历磨难、跨越时代共同创造的。至今,老一辈报人给《新民晚报》的定位“飞入寻常百姓家”,依然水汽淋漓、十分新鲜。去年,《新民晚报》有幸获得国家工商总局颁发的“中国驰名商标”称号,这是上海媒体

品牌的第一家。为民分忧、与民同乐的《新民晚报》已连续6年进入世界报纸百强榜前50位,目前每天的发行量超过100万份,海外版在26个国家和地区发行,并形成了新民报系,拥有新民网、新民周刊、新民地铁报、新民晚报社区版、新民晚报大学生版等子品牌,“新民”品牌得到了进一步延伸。

不同企业对于商标有各自的理解。在上海杰事杰新材料公司,商标正助推战略性新兴产业快速成长;以“城市蔬菜”为品牌,上海城市蔬菜产销专业合作社走上了现代化农业发展之路;信谊药业的“红太阳”商标历经百年传承,今天的信谊人更是深知品牌价值内涵,将品牌与企业的核心竞争力直接挂钩……

商标,也不仅仅体现在商品领域。上海漕河泾开发区副总经济师王晨亮表示,早在建区初期,漕河泾开发区就开始创建和使用自己的商标,并以商标培育为抓手打造品牌园区。以商标为纽带,漕河泾开发区如今已与武汉经开区、郑州高新区、重庆高新区等27家国家级和省级开发区结为姐妹园区,还与芬兰坦佩雷、德国海德堡、法国梅朗等17家国际著名科学园区及机构建立了

良好伙伴关系。

“老商标”不“服老”

不少驰名商标、著名商标都有悠久的历史。但在论坛上,“老商标”大都不愿“服老”,而是时刻保持年轻的心态、紧跟时尚的步伐。

上海市现代服务业联合会会长周禹鹏讲了个故事:作为一个拥有280年历史的品牌,世界知名品牌LV却一直不愿自称“老品牌”,而把自己定位于时尚品牌。因为LV这么多年来不断在创新,所以“永远是年轻的,时尚的”。

诞生于1927年的恒源祥也不“服老”。恒源祥集团副总经理李巍表示,恒源祥走过85年,但依然很年轻。恒源祥作为上海滩毛纺行业仅存的老字号,论规模和实力都在偏下游位置,但在激烈的市场竞争中,实现了增长与效益的双赢。一个重要的原因就是恒源祥着力经营品牌,通过品牌的特许经营,在上游发展了100多家加盟工厂,下游拓展出9000多家经销网点,形成了以品牌为龙头的恒源祥联合体,2010年销售额达50多亿元。“在我们看来,品牌运营也是一种核心竞争力。”李巍表示。

“回力”商标注册于1935年。在竞争激烈的市场经济浪潮中,“回力”一度风光不再。历经破产、重组后,2000年5月成立的新回力鞋业公司主抓设计、品牌和营销网络,生产则交给质量过关、成本较低的外地制鞋厂,走出了老字号民族品牌的复兴之路。2010年和2011年,企业销售收入和利润总额增幅分别达40%和70%以上。上海回力鞋业有限公司党委书记桂成钢说,回力曾经是“中国运动鞋的先驱”,如今要做“中国时尚鞋的先锋”。

共同擦亮城市“名片”

商标不仅是企业的生命线,也是城市的“名片”。上海要转型发展,取得在全国乃至全球范围的经济领先地位,某种程度上将由上海企业的品牌价值决定。

“回顾上海的商标品牌的历史,上世纪二三十年代是一枝独秀,六七十年代在全国独占鳌头,八九十年代却是全面失守。”上海大学知识产权学院院长陶鑫良指出,上海应抓住世博会后的发展机遇,重铸上海品牌辉煌。近年来上海飞速发展的城市整体建设已成为我国的“烫金名片”,为重铸上海商品和服务品牌奠定了综

合基础。中国2010年上海世博会的成功举办,是上海商品和服务品牌提升的加速器和催化剂。

市工商局的统计数据显示,去年,本市注册商标申请量为83998件,创历史新高;注册商标核准量为56540件。截至2011年底,全市有效注册商标总量为261800件。随着“三二一”产业政策的不断推进和企业自身商标的意识增强,服务业商标数量明显增长。与此同时,上海市著名商标已从传统的消费领域延伸到生产资料领域和服务性领域。在装备制造、生物医药、旅游业、网络游戏业、房地产业、纺织业等行业中,已涌现出一批在全国有较大影响或引领地位的上海商标。

“工商部门将始终致力于加强商标有效保护、推进商标培育发展,为上海商标的快速发展营造良好的市场环境。”市工商局副局长陈学军在论坛上致辞时说。《上海市实施商标战略中长期规划纲要(2011-2020年)》和《上海市著名商标认定和保护办法》的颁布实施将提供更好的制度保障。

曾经辉煌的上海商标有理由共同擦亮这座城市的“名片”。

首席记者 薛慧卿