

## 专家学者为上海品牌建设献计献策

# 让上海品牌闪耀国际舞台



本报记者  
方翔

在中共上海市委近日举行的学习讨论会上,市委书记李强强调,新时代要有新使命新作为,上海要按照习近平总书记提出的当好全国改革开放排头兵、创新发展先行者的要求,在新时代坐标中坚定追求卓越的发展取向,着力构筑上海发展的战略优势,

全力打响上海服务、上海制造、上海购物、上海文化四大品牌。上周五,“推动上海品牌建设”专题研讨会在上海市政协召开。与会人员指出,品牌是上海的生命,上海的标志,上海的核心竞争力,并从不同角度给上海品牌建设出谋划策。



■ 蝴蝶牌缝纫机走出国门,成为国礼;上海牌手表创新技术,转型升级;永久自行车革新产品,重塑骑行态度——上海“老三样”展现新活力,受到消费者欢迎 本版摄影 记者 陈梦泽 李铭坤



### 博采众长

国家工商总局上海商标审查协作中心落户徐汇,“足不出沪”即可办理商标业务

“英国一个立顿红茶相当于中国所有茶近2万个企业规模的总和。而立顿红茶的原料主要从中国、越南、斯里兰卡进口,典型的发展中国家卖原料,发达国家卖品牌。”全国政协经济委员会委员、中国品牌建设促进会理事长刘平均表示,我国虽然已经步入了质量经济的中高级阶段,但发达国家已经进入品牌经济时代,20%的国际知名品牌占据了80%的市场份额,“这就要求我们通过质量品牌提升行动,实施

质量强国、品牌强国战略,推动我国在全球经济竞争中占据主动,逐步向品牌经济时代迈进。”

刘平均特别提到,明年5月10日,由国家发改委主办的“中国品牌日”系列活动将在上海举办,包括会议、论坛、品牌博览会等,持续约一周时间,“国家设立品牌日的第一次全国大型活动选在上海举办,说明上海有很深的品牌基础,良好的品牌氛围,较强的品牌意识。希望上海尽快成立品牌建设促进会,配合发布国家品牌榜,并主导发布上海市品牌榜。”

上海市经济信息化委巡视员陈跃华透露,国家工商总局上海商标审查协作中心正式落户徐汇,成为唯一能开展马德里商标国际注册的机构,更为上海的商标注册国际化、便利化提供了重要支撑。

上海市工商行政管理局的有关人士表示,至此国内商标的申请、审查和马德里商标国际注册等工作都能在上海完成,上海的企业真正实现“足不出沪”即可办理商标业务。

这是国家工商总局在北京之外设立的第二个商标审查协作中心,同时也是唯一能开展马德里商标国际注册的商标审查协作中心。

(注:到国外申请注册商标主要有两种途径:一种是逐一国家注册,即分别向各国商标主管机关申请注册;一种是马德里商标国际注册,即根据《商标国际注册马德里协定》或《商标国际注册马德里协定有关议定书》的规定,在马德里联盟成员国间所进行的商标注册。我们通常所说的商标国际注册,指的就是马德里商标国际注册。)

### 破茧成蝶

品牌还有作为配置资源功能的生产要素价值和作为“虚拟资产”的无形资产价值

上海市工商局有关人士透露,上海将创新开展“上海商标金奖”活动。据介绍,“上海商标金奖”的设立,并不是重回政府出面评选的老路,更不是对企业商标品牌或产品的背书,而是市级层面开展的对上海商标品牌建设的检阅活动。它既在一定程度上有效承接中国商标金奖评选,又充分结合上海商标品牌发展实际,起到对全社会商标品牌工作的肯定、激励和鼓舞,尤其是对商标品牌战略实施的正确引导和商标品牌经济的大力推动。

“质量是生产出来的,不是检验出来的;品牌是打拼出来的,不是评选出来的。”陈跃华表示,平时我们常说品牌能让你“卖得更多、卖得更贵”,这是由销售带来的直接收益(即收入价值),而品牌还有作为配置资源功能的生产要素价值和作为“虚拟资产”的无形资产价值。要利用好金融服务对接品牌建设和发

展,充分依托金融服务,挖掘和发现品牌的收入价值、生产要素价值和无形资产价值,形成市场化的品牌价值发现、交易机制。

要说到品牌的打拼,申城的老字号肯定是最有发言权的。全国政协委员,上海培罗蒙西服公司党委书记、总经理,上海现代服务业品牌专业委员会主任金建华表示,长期以来,培罗蒙传承弘扬品牌文化,挖掘品牌无形资产,做大做强品牌外延,始终坚持高端技术服务,特别是随着上海培罗蒙品牌发展中心的成立,预示着公司今后品牌运作及建设有了专门指挥中心,成为发扬培罗蒙品牌无形资产,推广培罗蒙品牌的重要战略部门。

“我们携手国际著名服饰品牌集团——瑞士CABBISO男装品牌开展战略合作,是培罗蒙创新品牌、走向国际舞台的一步好棋,为培罗蒙走向国际舞台,跨出了至关重要的坚实一步;中国培罗蒙香港有限公司和培罗蒙国际服装(上海)有限公司的成立,加速了培罗蒙走向国际舞台的进程,为培罗蒙走出国门,走向国际开辟了一个新的领域,培罗蒙民族品牌国际化道路开辟了新的篇章。”金建华说,“我们在天猫、京东网上商城开设培罗蒙旗舰店和e产品启动仪式则为培罗蒙正式开启互联网+项目,提升民族品牌参

与国际竞争又增加了新的筹码;workshop(个人定制中心)的精彩亮相,使培罗蒙品牌文化有了传播的窗口,以此吸引更多人都能够关注到中国的时尚男装及服装设计师品牌。”

在20世纪七八十年代,蝴蝶牌缝纫机与永久牌自行车、上海牌手表一并成为当时青年男女结婚的“三大件”,在那个年代拥有一台“蝴蝶牌”缝纫机几乎是每一个待嫁女子的梦想。然而,改革开放后,随着中国成衣化水平快速提高和农村妇女劳动力涌入城市打工,国内普通家用缝纫机市场日益萎缩,“蝴蝶”牌缝纫机逐渐被人们遗忘。

上世纪末本世纪初开始,随着布艺DIY的兴起,现代家用多功能缝纫机不仅在欧美风靡,而且在日本、韩国和台湾地区也非常流行。上工申贝(集团)股份有限公司董事长兼总裁张敏表示,公司抓住蝴蝶牌缝纫机复兴的发展机遇,在研发上创新,在传统老品牌里融入“互联网+”技术,开发出无线操控缝绣一体机等多款新型多功能家用缝纫机,为家用缝纫机转型升级,重振“蝴蝶”品牌形象,提高“蝴蝶”产品市场占有率起到了很好的效果。2014年9月,蝴蝶牌JH5823A型家用多功能缝纫机作为国礼赠送给斯里兰卡。

### 推陈出新

品牌已经成为一个国家的战略性资源,一个城市的产业支柱,一个企业的核心资产

上海品牌发展研究中心执行主任、上海市商标协会副主任邢冬生表示,在知识经济时代,品牌的功能已从原来“区别产品或服务来源的标志”的功能,发展到更多的体现出竞争功能、

信誉功能、质量功能、价值功能。“品牌已经成为一个国家的战略性资源,一个城市的产业支柱,一个企业的核心资产。品牌经济在推动上海经济发展方面发挥着巨大作用。”

“从全球品牌发展趋势看,未来科技品牌将逐步替代消费品牌成为品牌主宰,一些技术空心化、知识产权空白的产品、服务不仅很难成为真正的品牌,即使有了块牌子,往往也是昙花一现。”上海市知识产权局有关人士表示,知识产权是品牌建设发展的核心要素,要从“知识产权”所具有的财富与商品的双重属性,将“知识产权”视为一种“游戏规则”“竞争工具”来认识和发挥知识产权在品牌建设中的重要支撑作用,树立通过知识产权的获得、利用、保护来创立、培育、再造、保护品牌的理念。推动知识产权资源的市

场流转运营,将知识产权运用作为品牌建设的发动机。

“我们要实现由国内品牌向国际品牌的转型、由传统的经典品牌向经典与时尚兼具的品牌拓展;要将老凤祥品牌打造成大中华地区黄金珠宝首饰业第一品牌;要努力发展成为世界500强!”上海老凤祥股份有限公司党委书记、副董事长杨奕说,创意拉动设计、文化创造价值、技艺引领潮流、服务取得信赖、品牌营销赢得市场。只有坚持创新驱动、坚持转型发展,坚持倡导和发扬“敢想、敢做、敢突破”的精神,从企业传统发展的模式中寻找突破口,百年老品牌才能保持青春与活力,才能在激烈的市场竞争中保持持续、高速、健康地成长,并最终实现由国内品牌向国际品牌的转型发展。