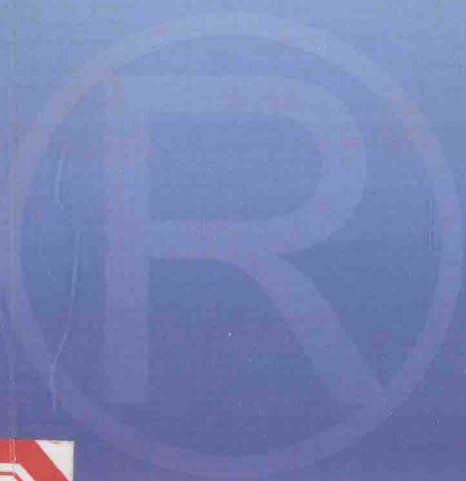


宜昌商标战略研究



宜昌商标战略研究

宜昌市工商行政管理局编

顾 问：徐伦才

主 编：田延树

副 主 编：钟 建

责任编辑：任宜平

封面设计：胡 昀

宜昌商标战略研究

宜昌市工商行政管理局 编

宜昌市广鹏印业有限公司 印刷

140×205 毫米 大 32 开 17 万字

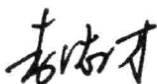
2005 年 4 月第一次印刷 500 册

准印证号：鄂宜内图字 2005 年第 24 号

内部资料 注意保存

序

中共宜昌市委书记
宜昌市人大主任



商标是知识产权的重要组成部分，与人民群众的生活息息相关。在现代经济社会中，商标比以往任何时候都发挥着更重要的作用，不仅是企业竞争的工具，消费者识别商品的工具，更是宝贵的无形资产。

随着我国对世界贸易组织承诺全面开放国内市场的时间越来越近，企业面临的市场竞争也越来越激烈。正确认识商标的地位，不断增强商标的保护意识，规范商标的使用，提高企业的市场竞争力，是经济发展的必然趋势，也将为地方经济的长足发展与繁荣打下坚实的基础。

我国一些经济发达地区的经验证明，创一个品牌，兴一个企业，带一个行业，活一方经济。市第三次党代会集中全市人民的智慧，提出要把宜昌建设成为世界水电旅游名城。实现这一宏伟目标，要求我们必须推进商标战略，打造一批精品名牌。可以设想，一个名牌荟萃的城市，一定是生机勃勃、魅力无限的城市。

市工商局从全市经济发展的大局着眼，与中共宜昌市委政研室、市政府发展研究中心、宜昌日报社联合组织“商标战略与宜昌经济发展”有奖征文和系列研讨活动，得到了社会各方面的积极响应，取得了明显效果。他们将部分获奖文章结集成册，编辑《宜昌商标战略研究》一书无偿发送，旨在进一步增强企业法人和市民的商标意识。我为市工商局积极主动服务地方经济发展的行为所感动。

是为序。

二〇〇五年四月十三日

發展註冊商標
提升宜昌形象

李泉

二〇〇五年四月

宜昌市政协主席李泉同志题词

依法保护注册商标
促进经济健康发展

周水舟

二〇〇五年四月

宜昌市人大副主任周水舟同志题词

強化商標意識 實施名牌戰略
促進經濟發展
建設誠信宜昌

張為民

二〇〇五年五月

宜昌市人民政府副市长张为民同志题词

目 录

交 流 文 章

大力实施商标战略 促进农业发展增效·····	郭跃进 (1)
发展品牌经济 打造品牌城市 驰名商标对青岛经济发展的影响 ·····	张 锐 (10)
商标保护与改善城市投资环境 ·····	刘春田 (16)
试论商标与城市经济发展的关系 ·····	晁钢令 (21)
NBA 全球商标策略 ·····	阿亚拉·道奇 (28)
好的开始是成功的一半 ·····	李 春 (32)
实施商标战略 打造宜昌城市品牌 ·····	田延树 钟 建 (35)

获 奖 征 文

特别奖

从襄樊钻石公司抢注商标看我市的商标发展战略 ·····	徐伦才 (43)
大力实施商标战略 推动湖北品牌发展·····	叶义权 (51)
实施名牌商标战略 推进县域经济发展·····	王松华 (61)
大力实施农产品商标战略 促进农村经济健康发展 ·····	黄金龙 (66)

一等奖

- 用好“火烧坪”原产地名商标 做大做强高山无公害蔬菜品牌
.....刘 准 刘 刚(72)
- 做大宜昌茶产业.....向长征(77)
- 实施商标战略走农业精品名牌之路.....方 斌(86)
- 精品名牌战略中的商标创意.....覃世斌(91)

二等奖

- 商标战略与县域经济发展初探马海彦(95)
- 宜昌工业产品商标品牌的科技支撑体系及其战略刍议
.....叶兆清 曹贤清(100)
- 实施商标战略 推动企业长足发展.....王万年(105)
- 实施商标战略 促进宜昌经济发展.....杨银凯(110)
- 推进商标国际化战略,努力实现国际化酵母大公司战略目标
.....余明华 刘忠诚(117)

三等奖

- “九龙仙米”商标注册使用及保护李发栋(122)
- 商标的核心使命与宜昌的商标战略.....郑学智(128)
- 宜昌旅游优势多 发展旅游须品牌.....郭鑫安(133)
- 实施商标战略 促进脐橙产业发展.....宋发明(139)
- 盘活闲置商标 打造金字招牌.....张元媛(143)
- 打造地方品牌 服务三农经济.....高岸东(146)

优秀奖

吸取痛失的教训 打好商标保卫战·····	韩庆春(155)
完善企业名称登记制度 有效保护企业名称和商标知识产权 ·····	陈 莉(157)
浅析实施开发区精品名牌战略·····	马 红(161)
对我市实施农业产业化商标战略走可持续发展之路的调查与思考 ·····	赵华艾 张晓红(167)
招揽天下英才 造世界酵母王·····	王 平(172)
培育精品名牌的几点思考·····	黄 斌(176)
我市商标战略运用现状分析·····	余红卫(181)
强化脐橙品牌战略意识 确保秭归脐橙可持续发展 ·····	文 琼(184)
商标与茶叶产业的发展·····	郑明军 习文科(191)
用名牌开路 靠规模致富·····	邵爱华(196)
浅谈商标品牌与农业产业化发展·····	黄 忠 望天燕(199)
巧借地理标志牌 打造特色品牌农业·····	刘钧顺 陈崇娥(204)
实施农产品名牌战略应注意五大问题·····	王辉忠(210)
打造精品名牌 创建水电名城·····	陆丁一(213)
商标知识·····	(218)
后记·····	(242)

大力实施商标战略 促进农业发展增效

郭跃进

《中共中央国务院关于促进农民增加收入若干政策的意见》指出了增加农民收入的重要性和紧迫性，强调要把解决好农业、农村、农民问题作为全党工作的重中之重。但是由于消费定律的作用，农业增产与农业增效之间往往形成制约。如何实现农业增产的同时保证农业增效？笔者认为，大力实施农产品商标战略是一条重要的途径。

一、农产品商标战略与农业发展增效的关系

1、大力发展农产品商标是推动农产品顺利走向市场的重要手段。

就农产品市场运行的长期趋势而言，“卖难”是农业生产经营的各个层次都必须认真对待的重要课题。克服“卖难”，我个人认为，关键在于三个方面，其一是品质要优，为市场需求奠定使用价值基础；其次是通过规模化经营降低成本，争取价格竞争优势；其三是品牌要响；为消费者认牌消费，节约消费过程中的选择成本提供条件。更进一步看，随着消费水平的不断提高，品牌在农产品走向市场中的作用居于主导地位。发达市场经济国家的产品，特别是技术壁垒较低的产品，没有响亮的品牌，就没有市场。我国的农业生产经营的市场化也必然会走向这样一个阶段。

从现实来看，随着经济发展和城乡人民生活水平的不断提高，农产品的交换与消费模式也在悄然发生着变化。从交换模式来看，过去的马路市场、集市贸易正在为超市购买所替代。而商标是许多超市的一道门槛，没有商标的农产品难于进入超市。因此我们说商标是农产品进入现代市场、适应新的交换模式的“通行证”。从消费模式来看，农产品的消费也正在像工业品一样，由无差别的大众

消费走向差别化的品牌消费。能够吸引消费者、稳定消费者，才能够稳定市场。可见，商标是农产品走向现代市场不可或缺的助推器。

2、创立农产品著名商标与驰名商标是实现农产品价值增值的有效手段

农业发展，解决“三农”问题，目前一个直接的目标就是要实现农产品的价值增值，获得预期的经济效益。大力实施商标战略，在农产品上创立著名商标和驰名商标，可以极大地提高农产品的市场价值。

品牌，特别是著名的品牌可以为权利人创造甚至大大高于产品自身内在价值的效益，已经在工业品中得到广泛的验证。这一点在农产品上也是一样。如天津“小站稻”地理标志于1999年核准注册后，商标注册人制定了《小站稻栽培技术操作规程》、《小站稻质量标准手册》，并在全市稻区推广应用，提高了小站稻的品质，小站稻成为许多连锁超市粮食类中最受欢迎的商品之一，经济效益不断上升：普通大米每斤不足2元，精制小站稻可卖到4.5元；出口日本的小站稻离岸价格每公斤达48元人民币，摆上日本超市的小站稻价格每公斤达到100元人民币。为适应市场需求，天津市12家小站稻生产加工企业与当地稻农签订小站稻种收合同，实行优质优价，并为签订合同的稻农提供种子、肥料、技术指导、低息贷款等全程服务，解除了稻农的后顾之忧，稻农由此效益大增，天津稻农每年增收逾千万元。

著名商标、驰名商标，不仅是产品的一种信誉保证，而且还可以为消费者带来一种心理消费满足，消费者愿意为这样一种满足支付货币。这就是权利人从名牌中获得的超值价值。农产品的消费总量的增长无疑是受制于市场规模的，要不断提高农产品的价值，实现收入的不断增长，就要不断开拓品牌的价值。而品牌价值的开发是无止境的。

3、大力实施商标战略，是提高我省农业竞争力，变农业大省为农业强省的重要途径。

湖北省是我国中部地区具有典型二元经济结构的省份。我们经常说,我省是一个农业大省,而不是一个农业强省。这个论断的含义最重要的一点就是我省农业的市场竞争力还比较薄弱。如何将一个农业大省转变为农业强省?要解决的问题固然很多,提高我省农产品的市场知名度、忠诚度和美誉度,稳定的市场占有率,是必不可少的。

中国加入 WTO 后,农产品贸易自由化和全球市场一体化的程度将进一步提高,我国农业将更加深入地参与国际竞争并分享国际分工所带来的好处。这也要求我们充分发展有比较优势的产品。大量研究表明,我国在土地密集型农产品方面处于比较劣势,而在劳动密集型农产品方面有相当比较优势。以湖北为例,湖北人多地少,玉米、大豆、小麦在国际国内都处于劣势。但是湖北南北气候兼有,农产品物种丰富,其中还有很多地方名特品种,烤烟、茶叶、活猪、大米、家禽、柑桔、河蟹、银鱼及中药材等在国际上也有一定竞争优势。因此,调整产业结构,发展特色农业是迎接入世挑战的必然选择。

4、大力实施商标战略,带动农业生产的技术创新和规模化经营,是实现农业投入效益的一条重要途径。

随着“三农”问题越来越受到重视,各级政府以及各个方面对农业的资金投入也越来越大,对于扩大农业生产的规模,提高农产品的品质,深化农产品的加工等方面起到了积极作用。但是,这些方面的投入,最终必须通过市场来实现价值。我们认为,在市场经济条件下,必须以市场为导向,以提高经济效益为中心,对当地农业的支柱产业和主导产品,实行区域化布局、专业化生产、一体化经营、社会化服务、企业化管理,把产供销、贸工农、经科教紧密结合起来,形成一条龙的经营体制。但是有的地方在开展农业产业化过程中,重规模而忽视了品种质量的创新和提高,强调加工企业的龙头地位,而忽略了市场开发和营销。其实,农业产业化首先要以市场为导向。因为规模越大,商品化程度就越高,对市场开发

的要求也越高。农产品在市场中实现价值的高低是农业产业化形成、巩固与发展的关键。商标是市场经济的产物，是市场竞争的利器。历史经验已经证明在激烈的市场竞争中只有高质量的名牌产品才能具有巨大的获利能力，随着国外名优产品的进入，市场中的品牌竞争更加激烈。只有以创名牌为立足点，农业产业化经营才能抵御国外农产品的冲击。

二、我省农产品商标发展中存在的主要问题及其原因

随着农业产业化的推进，我省农产品商标的发展，历史地比较，应当说还是取得了很大的成绩。但是与我国市场经济的发展以及全国农业市场化进程的要求来看，发展还有很不尽人意。从总体上看，我省农产品商标的发展存在如下几个方面的不足：

1、农产品商标发展快，但是在争创地区知名、全省著名、全国驰名商标方面动力明显不足。

近几年来，我省农产品商标发展迅速，年度申请与注册数量不断上升。在一定程度上昭示我省农业生产与经营中商标意识的上升。但是，我们还必须看到，我省农产品商标发展还只能说是处在起步阶段。因为在我省注册的农产品商标中，唯注册而注册的现象还相当普遍。没有以申请注册为起点，通过技术进步、品种改良、规模化经营、市场开拓，将注册的商标有计划、有目的的发展成为驰名商标、著名商标、驰名商标。因此，商标为农业发展增效所发挥的作用还十分有限。

2、商标发展与规模化种植、新技术推广等没有形成合力。

实施农产品商标战略，是推动农业发展增效的一个重要环节。但是，我们还必须清楚，它远不是农业发展增效的全部工作。市场上名牌的巨大价值绝不是由商标的形象标识决定的。而是由其所代表的产品的品质、权利人的信誉、市场上的知名度等因素共同决定的。通过实施农产品商标战略推动农业发展增效，就必须将注册商标，品牌宣传、品质改良、规模化经营等多方面的工作有机地结合起来，形成有序合力，才有可能达到目标。

反观我省农业的发展,由于多方面的原因,商标发展、市场运作与农业生产中的板块战略、科技成果推广缺乏有机的结合,没有形成强大的综合的市场效应和价值实现。如一些地区农产品有较高的知名度,有的权利人也申请注册了商标,为市场宣传提供了载体;但是旗下的产品却缺乏规模,科技投入不足,品质改良不快,商标的价值没有得到充分地发挥;而另一些科技投入较大、正着力形成板块和规模种植的产品却没有申请商标注册,产品缺乏市场认可的品牌,增产不增收或者是增收不明显。

3、证明商标、地理标志商标注册没有受到应有的重视,特色农产品发展缓慢。

地理标志,是指标示某商品来源于某地区,该商品的特定质量、信誉或者其他特征,主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志。地理标志在我国是作为证明商标或者集体商标来注册保护的。地理标志对于我国的现状而言,应该说对个体农户增收发挥独特的作用。一般来说,个体农户没有能力去自行注册和使用商标,必须通过公司加农户的形式,才能享受到商标的效益。各个“龙头企业”的情况不一样,有的给农民成分得多一些,有的分得少一些,农民缺少自主权,一些愿意自己干的农户只能与商标无缘。而地理标志保护制度可以改变这种情况。地理标志的管理和一般农产品商标的管理不一样,它要通过协会来管理。协会拥有这个商标,但是这个协会不是哪个公司的,它就是这个地方的,你在这个地方生产,你就可以使用这个商标。作为当地的一个农民,可以申请参加这个协会。而且商标法律规定,符合条件的农民申请使用该地理标志,协会不能拒绝,必须让他使用。因此发展地理标志是发挥政府职能,增加农民收入的有效途径。我省有不少具有市场潜力的特色农产品,但是进行地理标志商标注册的却极少。在全国已经完成商标注册的113件地理标志中,我省仅仅只有1件。这显然与我省农业大省和农产品多样化的现实不符。

此外,我省农产品的证明商标发展也滞后于沿海省份。

上述问题的存在，具有多方面的原因。从客观方面看，主要是：

（一）商标规模化经营的需要和农村经济组织化程度低的矛盾。

商标具有知识产权产生的效益无数量限制的特点，因而可以给予无限多的同种产品以附加值。同时，品牌的树立需要广告宣传等大量投入。因此，商标需要规模化经营才能产生效益。目前，我省农村经济组织化程度较低。特别是在我国加入 WTO 之后，面对西方发达国家组织化、企业化程度较高的农业的竞争，我省普遍存在的一家一户为单位的生产，就更显得势单力薄。提高我省农村经济组织化程度，是实施商标战略当务之急。

（二）商标对农产品标准化的要求和农业生产分散性的矛盾。

消费者之所以按商标购物，是希望买到和上次一样好的商品，因此品牌经营要求商品的品质一致。而我省农产品生产较为分散，同一县市不同地方气候也不一样，如长阳县山上和平地的气候差别很大，因此不同地方、不同农户种植的农作物的品质有较大差别。由于商标作为无形资产可以给农产品带来增值，因此许多地方希望将取得一定知名度和美誉度的商标使用到更多的商品上，对地理标志也有扩大使用范围的趋势。有的地方提出“一县一品”的口号。如果口味、品质不同的农产品都使用同一商标，必然导致鱼目混珠，给真正的特色农产品带来损害。如果说“有质无量”无法取得经济效益，“有量无质”则会玉石俱焚。这方面龙口粉丝、金华火腿给了我们深刻的教训。

从主观方面来看，主要是在各个层面还存在认识问题。无论在农户还是在龙头企业公司，拟或是在一些政府干部心目中，认为工业品走向市场需要商标，农业不需要商标。对商标在农业中，特别是在市场化的农业中的重要作用认识不足，少数的甚至完全没有认识在抓农业市场化的工作中，抓生产、抓经纪人、抓科技成果推广都十分积极，下气力相当大，但是在抓农产品的商标注册、品牌推广方面花费的精力不足。我们认为，这是导致我省农产品商标战略推进迟缓的一个主要的主观原因。

其次是有关部门的配合不足,服务农业中形成合力不够。解决“三农”问题需要全社会的努力,实施农产品的商标战略,推动农业发展增效也需要多个部门沟通合作,形成合力。但是目前,在服务农业发展上,政府有关部门的积极性都很高,投入的力度也相当大,但是由于缺乏协调和合作,效果在一定程度上被打折了。笔者认为,这个问题应当尽快解决,而且也很容易解决。

三、大力实施农产品商标战略的几点建议

(一)大力开展宣传工作,强化全民商标意识,积极引导农副产品商标注册和商标使用。

由于我国市场经济的历史相当短暂,全民的商标意识还十分淡薄,这一点在中部的农村地区又表现得尤为突出。实施农产品商标战略,首先必须提高全民的商标意识。因此,必须利用多种渠道和方式,大力开展有关商标知识和商标法的宣传工作,尽快提高全民,特别是企业的商标意识。在这个方面,工商行政管理部门和政府的其他有关部门更应当负起责任。要加强宣传,主动做工作。要通过各种媒体、形式进行广泛宣传,提高社会的商标意识。

此外,工商行政管理部门还应当积极指导企业和农户注册商标,帮助企业和农户正确使用和宣传商标。

(二)政府牵头、部门协调,制定并实施农产品商标战略

从理论上讲,商标权是一种私权,商标申请注册和商标发展的任务应当由各类市场主体来承担,政府没有必要插手其中。但是从我国广大农村的现实出发,实施商标战略,推动农业发展增效,政府目前还必须发挥主导作用,特别是县市政府必须充分发挥主导作用。所以笔者认为,实施农产品商标战略,可以以县市为单位,县市政府牵头,组织有关部门,聘请有关专家在对本地的农业产业结构调整,农业产业化经营、规模经济发展等进行深入分析的基础上,以名优农产品为重点,以规模化、优质化为基础,以龙头企业为载体,大力发展农产品注册商标,积极争创农产品著名商标、驰名商标,不断提高农产品的市场占有率和 market 价值,促进农业发展增效。