

 PINS 品驰

 乐视

共享生态世界



360



JD.COM 京东

ZHONGGUANCUN SHANGBIAO PINPAI GUSHI



仁创科技

IGRS 闪联

TEAMSUN

华胜天成



碧水源

 动力源

 清华同方

飞天诚信



北新

刘 瑛 · 主编

中关村 商标品牌 故事



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

刘 瑛 · 主编

中关村 商标品牌 故事

ZHONGGUANCUN SHANGBIAO PINPAI GUSHI



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

中关村商标品牌故事 / 刘瑛主编. —北京: 知识产权出版社, 2016.10

ISBN 978-7-5130-4539-1

I . ①中… II . ①刘… III . ①高技术企业—企业管理—品牌战略—研究—北京
IV . ① F279.244.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 246700 号

责任编辑: 汤腊冬 崔开丽

文字编辑: 吴亚平

责任校对: 谷 洋

责任出版: 刘译文

中关村商标品牌故事

ZHONGGUANCUN SHANGBIAO PINPAI GUSHI

刘 瑛 主 编

出版发行: **知识产权出版社** 有限责任公司

社 址: 北京市海淀区西外太平庄55号

责编电话: 010-82000860转8377

发行电话: 010-82000860转8101/8029

印 刷: 北京嘉恒彩色印刷有限公司

开 本: 720mm × 1000mm 1/16

版 次: 2016年10月第1版

字 数: 250千字

网 址: <http://www.ipph.cn>

邮 编: 100081

责编邮箱: cui-kaili@sina.com

发行传真: 010-82000893/82003279

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关书店

印 张: 14.5

印 次: 2016年10月第1次印刷

定 价: 58.00元

ISBN 978-7-5130-4539-1

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

《中关村商标品牌故事》 编委会

主 任：郭 洪

副主任：杨建华 田明珠 刘 航

编 委：（按姓氏笔画排序）

马 雯 卢秋羽 刘 瑛 刘利军 孙晓峰 杨晓芳

张若松 张 宁 范乐媛 郅斌伟 呼 笑 郑璇玉

高 静 郭书贵 梁 媛 韩 冰

主 编：刘 瑛

目录 CONTENTS

第一篇 新锐企业的品牌开拓故事 / 商标获权篇

品驰医疗 | 以品质驰骋世界 /003

品驰商标由来：“一开始就做最好” /004

品驰品质造就：“本土化”研发 /005

品驰团队文化：“把一个人的梦想变成大家的梦想” /006

品驰竞争力：技术成就品牌 /007

品驰传递希望：“启搏美好生活” /007

品驰特色优势：“用心成就事业” /008

品驰规划未来：立足中国，面向世界 /009

乐视网 | 与乐迷携手打造极致互联网品牌 /013

4 层架构 11 大引擎打造“乐视生态系统” /013

“乐迷”影响乐视网发展的品牌定位 /015

乐视网商标的“三步走”战略 /016

商标布局：扎根国内、放眼海外 /018

“乐迷”为商标保驾护航 /019

奇虎科技

商标凶猛，360 全方位品牌建构 /023

步步为营，深入人心——360 数字商标授权策略 /023

像保护眼睛一样保护自己的品牌——净化市场环境 /026

战略布局，重点突破——360 海外注册策略 /029

让每个员工都参与进来——商标品牌意识的培育和强化 /030

京东商城

家喻户晓的电子商务巨头 /035

全力以赴，转型电子商务 /035

“谁也不许动我京东的品牌” /036

倒三角形的品牌管理模式 /038

布局世界“大棋盘” /040

第二篇

发展中企业的品牌成长故事 / 商标用权篇

仁创科技

您的需要，我的创造 /047

熔炼而成的“覆膜砂” /047

激流勇转“孚盛砂” /048

应运而生“生泰砂” /049

匪夷所思“大漠香” /051

精心设计“好名字” /051

康比特体育

十年磨一“剑”，稳中求胜 /055

创新、专业、合作、共赢——白手起家的“竞争者” /055

“商标先行”——商标主动注册经验 /056

“同兴奋剂竞争”——“运动营养食品”概念首创者 /057

“科学运动，合理营养”——以科学指导代替广告的品牌推广策略 /059

“用药的标准做食品”——货真价实的著名商标 /061

绿伞化学 | 洁净小家、健康大家 /065

艰辛创业：废弃实验室起家 /065

政策助力：多方破例支持绿伞 /066

标准控制：永远做最好的产品 /068

战略目标：创建国内洗化第一品牌 /071

闪联 | 闪民族科技之光，联世界产业未来 /077

对国外专利巨头说“不”——闪联综合性平台的诞生 /077

“闪电般迅速地联结”——商标释义及商标的授权使用 /078

先产品后标准——闪联的策略与章程 /080

互联互通——闪联的价值与社会责任 /082

华胜天成 | 卓然天成的IT服务商 /087

“凌云计划”带来品牌蜕变 /088

“揽胜行动”纵深整合 /089

“乘云计划”再度启程 /090

履行社会责任，提升品牌价值 /091

碧水源 | 碧水丹心，建设生态文明 /095

“海归”创业：“碧水”源自“碧水源” /095

产学研合作：突破巨头技术封锁 /095

技术创新降低成本：神奇的“膜”力 /097

草根志向：从自身汲取力量 /098

PPP 模式：政企合作，提升品牌价值 /100

资本市场：实现品牌溢价 /100

社会责任：简简单单治水梦 /101

第三篇 成熟企业的品牌创新故事 / 商标维权篇

依文服饰 | 人文，衣文 /107

依文之本：有情感的品牌最绵长 /107

依文之根：有底蕴的品牌最深刻 /109

依文之翼：有创意的品牌最动人 /111

依文之源：保持革新的品牌最持久 /113

动力源 | 谱写国内外商标保护新篇章 /117

商标设计：彰显民族品牌性格 /117

商标异议：备受考验的商标争夺战 /118

前车之鉴：重视海外商标布局 /120

“吃一堑长一智”：多类别商标申请 /121

主动转型：引领品牌走向未来 /122

清华同方 | 创新科技，梦想同行 /125

传承清华精神，从教授到企业家 /125

走自主创新品牌路，铸民族品牌精品 /125

做世界一流的高科技企业，走品牌国际化之路 /131

飞天诚信 | 一飞冲天，金诚筑信 /137

商标选择：彰显企业文化内涵 /137

意识唤醒：国际官司激发品牌战略 /138

根基扎稳：持续领先的技术产品 /140

华丽腾飞：打造全球信息安全领军品牌 /141

福田汽车 | 科技为先的新一代商用车王 /145

前世今生：百家法人造福田 /145

科技引领：成就新一代商用车王 /146

助力航空，牵手 APEC，登“峰”造“极”：挑战世界之巅 /149

远见卓识：新能源汽车的领军者 /151

全方位管理：用心运营商标品牌 /153

北新建材 | “龙”行天下，打造全球领先的中国品牌 /157

幼“龙”初诞生 /157

挺起“龙”的脊梁 /159

“龙”鳞闪闪耀中华 /160

“龙”爪如剑斩泥螺 /162

技术创新，画“龙”点睛 /163

“龙”翔九天，昂首世界 /164

利亚德 | 创新呈现光彩视界 /169

利亚于德——战略丰富品牌内涵 /169

专注研发，技术奠定品牌基础 /170

创新不止，产品支撑品牌发展 /172

服务与责任，理念助力品牌腾飞 /173

中国普天 | 在传承中不断创新的品牌 /177

百年普天，一脉相承 /177

亮剑国际，布局全球 /179

Potevio，应发展而生 /179

卓越品质，支撑品牌 /180

双鹭药业

以质量求生存，以创新求发展 /187

商标储备，系列衍生 /187

商标维权，品牌创新 /188

学术推广，品牌提升 /189

蓝海战略，技术创新 /190

质量为本，品牌保障 /191

内生外延，同步发展 /192

附件

附件 1 中关村商标工作大事记 /199

附件 2 商标基础知识介绍 /202

附件 3 驰名商标、北京市著名商标介绍 /210

附件 4 商标国际注册 /213

附件 5 商标职能部门介绍 /219

第一篇

新锐企业的品牌开拓故事 商标获权篇

品驰医疗：以品质驰骋世界

帕金森病，是中老年人群的常见多发病，其症状通常表现为静止性震颤、动作迟缓及减少、肌张力增高、姿势不稳等，严重影响患者及其家庭生活质量。脑起搏器通过对大脑深部特定部位进行电刺激，可以有效缓解病症，使患者回归正常生活。20 世纪末这一技术的出现给无数的帕金森病患者带来了希望。然而，此前脑起搏器产品及技术一直被国外公司垄断，我国的帕金森病患者受限于其高昂的价格，很多患者无法应用脑起搏器进行治疗，这一局面一直延续到 2013 年。2013 年，由品驰医疗生产的脑起搏器正式上市，迅速得到临床医生及患者的认可。面对强大的国外垄断性竞争对手，此前毫无名气的品驰医疗是怎样研发并生产出如此尖端的科技产品的？面对如此众多的神经疾病患者，品驰医疗是怎样经营自己的商标，打造响亮品牌的？

来到位于北京市昌平区的公司所在地，看到四周空旷的场地和朴素的楼房，很难想象这家被《人民日报》、中央电视台等各大媒体竞相报道的公司竟然坐落于此。然而，当接触了平易近人、勤恳踏实的管理人员，聆听了企业顽强拼搏的创业故事，参观了高标准的生产车间，尤其是在看到每个技术人员都在埋头苦干、认真钻研后，答案呼之欲出。正所谓“桃李不言，下自成蹊”，品驰医疗专注于研发和生产高性能、高标准且中国老百姓能承受得起的平价产品，其成果得到社会各界的关注和认可也就在意料之中了。

一支满怀理想追求卓越的年轻团队，一条苦乐交融自主研发的漫长道路，一家初创初生高举高打的高新企业，一种产学研医紧密结合的创新模式。打破国外公司技术垄断，提升性能，降低价格，让中国的老百姓能够看得起病；布局植入式神经调控医疗器械领域，夯实脑起搏器基础，研发迷走神经刺激器等新产品，建设中国的神经调控产业；占领国内市场，不断扩大市场份额，同时积极实施走出去的战略，构建强大的商标品牌。这就是北京品驰医疗设备有限公司（以下简称品驰医疗），一家成立于 2008 年的企业，走在飞速发展的路上……

品驰商标由来：“一开始就做最好”

品驰商标是由国内著名的设计公司北京洛可可科技有限公司（以下简称洛可可）进行设计，从最初选择设计公司到最后正式确定商标，每一步都体现了品驰人的用心。

选择洛可来进行公司商标的设计工作，对于一家刚刚成立且规模不大的公司来说是一件稍显大胆的决定。“从一开始就要做最好”——这是品驰医疗当初选择洛可可的理由。相对一些公司在成立之初选择一些设计能力较弱的小公司来进行商标设计的做法，品驰医疗这个特别的选择体现了其独特、精心每一步的企业理念。在设计过程中，洛可可向品驰医疗提供了 10 多个备选方案，每一个方案都有特别之处；品驰医疗内部从商标的基础色、图案到寓意，对每一个细节都认真、细致地进行了多次讨论，最终才定下了现在的商标方案。品驰商标主要由四个部分组成：与大脑形状类似的树与星星共同组成的图案、“PINS”四个英文字母、“品驰”两个中文字及“启搏美好生活”的企业口号。细说起来每一部分都有独特的寓意。

品驰医疗为每位患者和每个患者家庭带去美好生活的梦想也体现在商标的图案中。闪烁的“星星”代表的是品驰医疗的美好愿景，这也与品驰医疗神经调控产品特点相契合；而生长的“树”形状像大脑，寓意品驰医疗的神经调控产品通过刺激神经使患者得到治疗，同时也寓意生机勃勃，盼望品驰医疗的发展能够如大树般繁荣，祝愿广大患者能重获生机。

“PINS”是“Programmable Implanted Neuro Stimulator”的首字母，“品驰”是“PINS”的音译，即品驰医疗专注于神经调控产品的研发、生产和销售，如今这一名字又进一步被赋予“Patient is No.1, always”的含义，即品驰始终把患者放在第一位。

“启搏美好生活”是品驰医疗的宣传语，更是品驰医疗的企业口号。回顾一下满是团队精神的品驰故事。2010 年，品驰医疗在质量体系建设过程中，内部发起了一次质量方针征集活动，员工们开动脑筋、积极投稿，最终通过集体投票的方式选择了“启搏美好生活”这句话作为质量方针。作为一个生产医疗设备的企业，“启搏美好生活”展现的是品驰医疗的社会责任感和真诚无私的品质。“一个企业决不能只关注财富的增长，更应该明确企业所担负的社会责任”——品驰医疗从成立第一天起就将对社会的责任感注入自身的血液中，对于充满理

想的团队而言，这就是动力！截至2016年6月，品驰脑起搏器已经在全国111家三甲医院或专科医院得到应用，植入量超过4100例次，共为超过2300个家庭带来福音。

企业的商标不仅仅是企业的财产，更是企业文化最直接的体现。品驰商标从最初的产生过程到它背后的丰富内涵，无不体现品驰医疗的品牌意识。

品驰品质造就：“本土化”研发

品驰脑起搏器是由清华大学航空航天学院李路明教授和他所领导的科研团队，历时十多年，经过无数次实验研发成功的中国首个脑起搏器。

2000年，在一次清华大学组织的与北京天坛医院探讨交叉学科合作和研究的学术交流会议上，我国神经外科泰斗、2008年全国最高科学技术奖获得者王忠诚院士谈起脑起搏器，他的一句“我们能不能研究出中国人自己的脑起搏器”激发了李路明研制脑起搏器的斗志，这一目标也与李路明希望进行医学工程研究、为社会做出更大贡献的愿望契合。王忠诚院士的一句话，换来李路明教授与他领导的研发团队的十年心血积淀。从动物试验开始一直到人体临床试验，李路明基本上参与了设计、工艺和生产的每一步。他说，“做临床测试时，我经常三点钟醒来，大脑像放电影一样推演每一个环节，想到脑起搏器在病人的身体里，一旦出了问题就都不是小事。我们制订了很多预案，临床上患者和医生一旦有什么消息反馈回来，我们总是在最短的时间内改进完善，力求让它更符合临床的需求”。这样严谨、认真、倾心付出的科研精神也传递给了每个品驰人，成为品驰医疗在不断发展过程中信奉的行动理念，也成为品驰医疗品牌文化中最核心的部分。

品驰脑起搏器所有的技术都是这样一个完全“本土化”的研发团队十年艰苦卓绝努力的精神结晶，申请了100多项专利，形成了完全自主知识产权的脑起搏器平台技术。正是因为这样的“本土化”特点，使得品驰脑起搏器更加符合中国人的需求。国外的脑起搏器产品通常采用方形设计，对于欧美人的体型而言植入不会有问题，但对于相对瘦小的中国人来说就容易出现因皮肤磨损导致伤口难以愈合之类的并发症，品驰医疗的系列脑起搏器均采用圆弧形外形设计，有效避免了这一问题，充分体现研发人员的用心严谨。品驰人在发展过程中秉持的工作精神，即用心了解每一位患者的需求、认真考量每一位医生的意见——品驰医疗的用心是其发展过程的制胜法宝。

之前，美国一家公司的系列脑起搏器几乎垄断了全球市场，品驰系列脑起搏器的出现，打破了该公司在中国的技术垄断。品驰医疗的产品与之相比，其品质、性价比、售后服务等诸多方面均具有明显的优势。其产品不仅体积更小、重量更轻、寿命更长，而且平均能为每位患者节省 10 万元左右费用。品驰医疗的产品受到广大医生和患者的热烈欢迎，市场占有率快速上升。

品驰团队文化：“把一个人的梦想变成大家的梦想”

成立一个企业如同养育一个孩子，只供给物质营养而不培养其内在素质是不利于其长久发展的，因此，企业在重视产品的生产、经营的同时，也不能忽视自身的文化建设。作为一个把产品研发当作根本的高新技术企业，品驰医疗的文化集中体现在研发团队的精神上。得益于较强的团队凝聚力与一套成熟的价值体系，品驰医疗在成立短短几年以来得以迅速发展。

“我一生最大的心愿，就是发展神经外科事业，为患者多做一点事情”，王忠诚院士用一生来实践自己的诺言。在团队 10 多年的研究工作中，王院士与团队进行了无数次的交流指导。2009 年 11 月 26 日，实施国产脑起搏器首例手术，已经 85 岁高龄的王院士不辞辛苦地前往手术室进行指导；12 月 24 日的起搏器首次开机测试，王院士更是主动要求亲自参加。他在工作中的大局观，以及一直坚持从临床出发、为患者服务、为社会解决重大问题的大家风范，是品驰团队学到的宝贵财富。

“我这一辈子的梦想就是做好脑起搏器这一件事！”作为品驰医疗的首席科学家，李路明教授饱满的热情、坚持不懈的努力感染着整个团队，他总是对团队成员说：“我要把一个人的梦想变成大家的梦想，只有大家都把做好脑起搏器当成自己的梦想，我的梦想才能实现。”在研发之初，李教授就问大家：“我们敢不敢让自己的亲人使用我们自己生产的脑起搏器？”这句烙在品驰人心里话，让所有品驰人时刻想着自己正在研发、生产和销售的产品或许会给自己的亲人使用，把患者当成自己的亲人，不允许有不合格的产品流出品驰，像捍卫生命一样捍卫品驰产品的品质。

如果把研发仅仅看成一项任务或者工作，其过程必然很枯燥，但如果那是团队每一个人的梦想，那么团队必将全力以赴。

品驰竞争力：技术成就品牌

目前，在中国仅有六家取得产品注册证的植入有源医疗器械公司，品驰医疗是其中之一。与其他公司多是引进国外技术再进行资本运作的模式不同，品驰医疗完全依靠自主研发，心无旁骛地研发脑起搏器，十年磨一剑，终于开花结果。自2013年5月获得产品注册证开始，仅用1年3个月就使得脑起搏器植入量突破1000例次，远远领先于业内竞争对手。而别的公司实现这一数字最快也用了2年6个月。

品驰医疗以自己的产品证明，技术过硬的国产产品更能让患者放心。以品驰医疗的可充电脑起搏器为例，品驰人历时7年，攻克了一系列关键技术，尤其是解决了体外无线充电会导致可充电脑起搏器发热，进而导致患者烫伤的问题。截至2016年6月已经植入的近800名患者充电3万次，无一例过热现象。对自己产品有充分信心的品驰医疗给出的可充电脑起搏器质保年限是10年，而同样的进口可充电脑起搏器号称寿命9年，质保仅5年。

技术的竞争力一方面体现在各种发明专利上，另一方面更体现在一点一滴的持续改进上。作为一家完全本土的企业，品驰医疗充分重视医生和患者反馈的信息。品驰医疗内部提出一个要求，医生和患者反馈的问题必须要在两周内给出明确的答复意见，传递给医生和患者。正是这种重视，品驰医疗的产品质量越来越好，得到越来越多的医院和患者的认可，脑起搏器销售已基本覆盖全国。

品驰传递希望：“启搏美好生活”

“启搏美好生活”是品驰医疗的口号，也是品驰人的梦想。成立至今，已有2300余名患者使用品驰脑起搏器，从帕金森的泥沼中解脱出来。2300个病例，就有2300个故事，每一个故事里都有品驰人的真诚、用心与努力，共同拼成“启搏美好生活”的蓝图；每一个故事也是一块基石，构筑起品驰医疗的明日发展之路。

“唯一”（一名帕金森患者的网名）作为故事中的一个主角，略显特殊的是他患上帕金森病时才30岁。帕金森病一般是中老年人患病的居多，但是中国约250万帕金森病人中，青年帕金森病人也约占1/10。比起中老年患者，青年患者患上帕金森病可能更加残酷，这种“残酷”不仅仅是身体上的，更是精神上的。他们无法参加工作，无法与人进行正常的社会交往，甚至成为家庭负担；对于本应处