

构建商标战略平台 推进海南经济快速发展

我要留言

赖天武

随着中国成为世界贸易组织的一员，中国经济已不可避免融入世界的经济大潮。海南作为全国最大的经济特区，无疑必须站在全国改革和开放的前沿，与国际惯例接轨，大胆沿用先进的国际管理模式，利用现代国际市场竞争的商战利器——商标品牌，积极参与、构建平台、修通渠道、促进发展。在世贸框架下，在东盟与中国“10+1”、泛珠三角“9+2”的建设发展圈中，占有自己的一席之地，全面推进海南经济的可持续和超常规发展。

一、构建海南商标战略平台的重要性和必要性

当代经济是市场经济，又是知识经济和品牌经济。商标战略平台无疑是以深邃的眼光，从战略和全局的高度来审视和认识商标品牌经济的重要性，进而推进商标品牌的创立、培育和发展。商标作为商品的固有标识，它是市场最活跃的因素之一，是知识产权，是一个国家和地区的无形资产和巨大财富。它与当今市场的存在而存在、与当今市场的发展而发展。为此，构建海南商标战略平台，颇有重要的意义。

(一) 实施商标战略是经济全球化的大势所趋。

现代市场具有两个重要特征：随着国际贸易的突飞猛进，经济全球化不断削弱区域贸易壁垒，市场供应能力超过有支付能力的市场需要。在这样的市场环境条件下，商标和品牌的竞争已成为与价格竞争、质量竞争齐驱并驾的竞争手段。国际贸易、跨国公司、进出口竞争狼烟而来，发达国家对发展中国家的经济策略，已从商品输出、资本输出进化到商标品牌输出，利用名牌抢占发展中国家的市场。当今的国际贸易，主要以商标品牌来支撑，美国是一个世界性驰名商标最多的国家，全球500强，美国就占有153家。没有自己的驰名商标，就没有办法提取自己知识产权的价值，队伍就没有向心力，就没有可持续发展的能力。现在，商标比工厂更重要。马斯公司的总裁说，我们所有的硬件、厂房、设备、地产的价值，没有我的商标（M&Ms）价值的零头值钱。我们的总设计师邓小平同志早在1990年珠海视察时指出：“我们应该有自己的拳头产品，创造自己的名牌，否则就要受人欺负”。不发展会受人欺负，没有自己的商标名牌，也会受人欺负。这是国际贸易竞争的现实，也是市场竞争的铁律。

(二) 实施商标战略是社会主义市场经济发展的内在要求。

社会主义市场经济，它是以公有制为主体，其他经济并存的所有制结构体系。在计划经济条件下，消费者可以在不需要对商品使用价值作了解的情况下，即能够在统一的分配原则下得到商品；而在市场经济条件下，消费者的消费由市场支配，消费者不了解商品，就不可能主动得到自己需要的商品；商品经济相对过剩阶段，消费市场从卖方市场走向买方市场时，消费者对商品具有更大的选择空间，为了满足消费者的需求，企业和生产者不得不从追求产品数量转向追求产品质量，从而进行商标品牌经营，以之扩大企业的市场份额，于是商标品牌意识就是市场意识，就是竞争意识，一个地区、一个企业商标品牌意识愈强烈，说明这个地区、这个企业市场和竞争的能力愈强，就能拥有市场，拥有更大的产品价值，就能促进消费者在你的服务区域光顾和接受你的服务，就能在市场竞争中取得胜利，发展自身经济。

(三) 实施商标战略是海南经济快速发展的必然要求。

首先，经济建设要赶上江浙、广东沿海等省市，必须有一个良好的商标战略平台。大家都知道，一个国家或地区的经济实力；自主商标品牌的优势直接体现区域的优劣。“长虹”商标的知名度远远大于绵阳市；青岛海尔、青岛啤酒、海信、双星、澳柯玛这商标“五朵金花”带动青岛经济的发展和腾飞，全市 80% 的财政收入来自这五大驰名商标企业。为此，海南要有自己的驰名商标企业来支撑。第二，这是海南“一省两地”的战略方针的要求。工业强省，“强”在哪里？必须是强在市场，强在质量，强在品牌；旅游胜地，“胜”在哪里？必须多有几个像“天涯海角”“南山”“博鳌”这样的品牌，而且在优化服务上下功夫，这样才能使国内外游客流连忘返，回头再来。第三，这是解决海南“三农”问题一把“金钥匙”。大家都知道，“海南绿橙”商标品牌就给琼中农民带来了显著的效益和巨大的市场发展空间。商标战略、农产品商标和地域标志，在给予农产品增值和农民增收的同时，又促进了规模化经营；在提高农民进入市场的组织化程度，扩大出口的同时，又促进农业社会化服务体系的发展，百利而无一害。

## 二、海南商标现状及分析

成功的商标品牌是放心消费的通行证，同时又是市场的永久居留卡。构建海南商标战略平台，需要有一批知名的品牌和商标来支撑，依托商标品牌效应扩大和引进消费需求。同时更需要政府有关职能部门和企业树立商标品牌意识，强化宣传，通过创知商标品牌活动，营造放心消费环境，拓宽消费领域，优化消费结构，培育新的消费热点，吸引全国各地乃至世界各地的顾客更多前来海南消费，扩大海南市场需求总量。同时通过形成国际化驰名商标，产品走出去，如富岛化肥走出去，销往欧美各国和日本，创强劲的进出口冲力，推动经济持续快速发展。近几年来，海南省推进商标品牌工作取得了一定效果。到 2004 年底，全省有效注册商标总量 9607 件，并拥有 5 件中国驰名商标和 62 件海南省著名商标。然而横向相比，目前海南的知名商标太少，全省的注册商标，特别是著名商标与兄弟省市相比较，十分落后。全国平均每 3 个企业拥有 1 件商标，海南则平均 6 个企业才有一个商标；全国平均每 100 万人口拥有 1400 件商标，海南则平均每 100 万人口只有 1200 件商标，总体说来：数量少、质量低、品牌少、位次低。知名商标企业尚未成为推进经济发展的主力军。造成上述情况的主要原因有：一是观念落后，没有真正把实施商标战略作为获得市场竞争优势的关键来认识和实施；二是企业经济冲劲不足，不舍得投入，商标法律意识淡薄，有个别领导不把商标当回事；三是管理方法和方式滞后，商标培育和使用水平不高，有个别市县一个知名商标都没有；四是维权力度不够，受商标侵权违法的干扰，许多商标侵权案件，说情风重，屡拖不决。

## 三、构建海南商标战略平台的思维和对策

商标是名牌的外在标志，知名商标的基础是质量良好，价真货实，公平交易，服务周到。知名商标的灵魂是品味、格调、理念和信用。知名商标的形成需要成功的营销，需要准确的文化定位，需要消费者的集体信任。市场竞争规律告诉我们，谁拥有众多的商标品牌，谁就拥有市场，就拥有更大的产品价值。为此，构建海南商标战略平台的思维和对策是：

### （一）树立商标战略观念，提高商标品牌意识。

实施商标战略是海南经济快速发展，取得市场优势的一个关键所在。为此，海南各级政府部门要从全局的高度，树立商标战略观念，提高商标品牌意识，把实施商标战略工作列入政府职能部门的工作重要议事日程来抓紧抓好抓落实。实施海南商标战略，主要从三个层面上进行。首先，从政府层面上抓品牌，一是制定政策和法规，使商标的发展沿着法制化的轨道规范化发展。二是优化环境，也就是在全省中创造一个人人都重视商标品牌的观念，创建名牌商品的环境。三是提供服务，政府要为企业创名牌服务，要鼓励企业积极创造条件，申报著名商标，还要好中选优，向国家商标局申请认定驰名商标，要指导企业办理马德里国际商标注册，充分保护企业的权益。第二，在工商部门这个层面上，抓品牌要立足“本地知名，全省著名，全国驰名”这基本思路，紧贴地方经济发展这个工作出发点和立足点，抓商标的注册，培育和保护。一要把触角和重点引向个体户和私营企业，引导他们申办注册商标，二要把商标工作向农村延伸，重点引导发展农副土特产品商标注册。三要做好地理标志保护工作，重点引导富有地方特色，形成产业规模有一定知名度的产业产品，以地理标志申请注册集体商标或证明商标，推动农村产业化经营规模化、品牌化、市场化。第三，从企业这个层面上，如何抓品牌，主要从三方面抓起，一是强化商标品牌观念。要清醒的意识到，品牌是企业的无形资产，是市场，是企业的生命。二要建立健全知识产权的管理研究机构，切实做到企业商标管理研究“机构、人员、制度”三落实。三要实施企业的商标战略计划，有一个中长期的创品牌发展规划。

### （二）集中精力策划，科学细心培育。

创商标难，创著名商标更是难上加难，然而创知名商标，知名品牌就如登山，历经千辛万苦，一旦到达顶峰，就能领略在市场经济纵览群山的情怀，就能获取名优品牌带来的超额回报，实施海南商标战略是一项系统工程，需

要集中力量精心策划和科学细心培育。为此，第一，要集中精力抓好策划，成立策划机构和研制机构，要在抓好产品质量、企业信用的同时，注重增加商标注册总量。要从创立海南驰名商标和企业著名商标两个方面抓起，一个驰名商标至少应拥有若干个品牌产品并以其为中心，组成多个品种合理的产品结构，使其质量、规模、效益在全国同行业中保持领先地位。第二，科学细心培育。要鼓励有实力，有发展潜力的企业制定知名商标培育计划，不断进行技术创新和产品创新，提高商品和服务质量，提升企业市场形象，努力创造名牌，要选准名称、标识和符号，张扬和体现企业和海南的个性和产品魅力。第三，利用广告，提高商标知名度。广告宣传是实施海南商标战略的重要手段，开展以商标为中心的广告宣传，是扩展商标影响力，提高商标知名度，引导消费者认牌购物的重要措施。广告宣传的质量与覆盖面商标的知名度成正比，要把广告策划纳入企业发展战略计划，要开展“打虚假、树诚信”活动，塑造商标形象，提高商标知名度，形成名牌效应。

### （三）融入特有海南文化，全力维护商标知识产权。

海南要实施商标战略，必须要有海南文化和企业文化的支撑，缺乏海南文化和企业文化的品牌战略难以持久。为此，必须重视海南特有文化和企业文化建设，努力培育和树立有特色的海南文化和有特色的企业精神和价值观，并把海南特有文化和企业文化作为一种文化竞争力，融入到商标品牌、产品的生产和服务之中，如“椰树”“大东海”等，进一步增强对客户的感召力，从更高层次上去提升海南品牌产品和商标价值。要抓住市场前景良好但尚未注册的商标，包括企业商标、商品商标、服务商标和地理标志商标，对与海南人文环境有联系的，如绿色食品、无公害产品、创新产品、老字号、老字号、特色服务要进行开发、注册。

企业一旦建立起自己的品牌产品和品牌，就应十分注意保护他们的品牌和权益。只有这样商标战略才能顺利实施。一是工商行政管理部门要充分行使职权，发挥“主渠道”作用，质检、公安、检察、法院等有关执法部门和行业主管部门要密切配合，严厉查处各类商标侵权行为，切实保护好商标专用权。二是加强以专利为中心的知识产权管理。目前，海南企业产品有少部分申请专利，即使是有申请专利的，无论是专利数量还是技术含量都很低。所以要强化对知识产权的集中管理和保护，由专门部门来统一负责专利申报事项，要重点开发有高附加值的产品，以提高专利的技术含量和核心内涵，此外，要注重原创品牌和商标，尽量不直接模仿别人的品牌，以免带来不必要的麻烦。

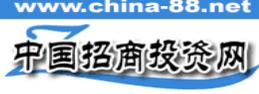
### （四）以人才为主柱，以品牌公共关系为依托。

以人为本是我国的治国方略，又是实施商标战略的立足点和归宿点。人力资源作为当今资本中最活跃的因素，故而要将人才和知识摆在突出位置，要舍得投入一定的资金，结合自身的实际，引进人才和技术，购买一定的硬件和软件，进行技术更新和科研开发，形成自己的商标品牌，以适应竞争和消费发展的市场需要，要以一流的人才为主柱，以高素质员工为支持，以包括物质奖励办法留住和发挥人才的主观能动性，激发他们的创造力，塑造海南商标品牌形象。

以商标品牌公共关系为依托。把商标与名牌分割开来是不可思议的。商标依托公共关系及传媒实施内求团结，外谋发展，产品形象深入千家万户并深受客户宠爱之日就是商标成功之时。要敢于打造国际化的海南商标和品牌。有价值的驰名商标一定国际化的商标，要利用当今世界传播技术及手段极其发展，尤其互联网的虚拟世界就是无限广阔电子市场空间，鼠标一点击，信息便走出五洲四海，进入万户千家。只要在这大千世界占有一隅，可让你的产品和商标星光炫目，营造一个永远属于自己的广阔大市场，推动经济快速健康发展。

（作者系中国国情研究会研究员，中国管理科学院人文研究所特约研究员，海南省东方工商行政管理局局长、党组书记）

我要留言

 www.AllChinaCom.com	 www.China-my.com	 www.china-88.net	 WWW.CHINA-18.COM	 www.China-138.com	 WorldQiye.com
 www.TradeChinese.net	 cn-expo.com	 CompanyChina.org	 ChinaEconomicNews.com	 Chinese-Biz.com	 www.88-china.com

中华人民共和国 京ICP证010418(一)

世界经济研究中心 WORLD ECONOMIC RESEARCH CENTRE 版权所有

通讯地址：香港兴发街邮政局38062号世界经济研究中心秘书处

香港电话：(00852)2915.6312 香港传真：(00852)2915.6313

香港政府登记注册号: 18159887-002-01-06-0

E-MAIL: TEL15911081861@126.com 国内联系电话: (0)15911081861

---