针对仿冒店面多、屡被“傍名牌”等侵权现象

“中国黄金”出手打“李鬼”

本报记者 李予阳

聚焦

利润诱惑下，“李鬼”纷纷登台，在让中国黄金集团信誉受损的同时，也侵害了消费者权益，扰乱了市场秩序。企业加大打假力度、维护品牌形象势在必行。同时，还应在产品差异化上多想办法，提供更多鉴别产品真伪的便利服务

中国黄金集团黄金珠宝有限公司官网近日再次公布打假的最新消息。该公司联合江苏省南通市、湖北省襄阳市工商行政管理局，分别查处了一批位于所属地的仿冒中国黄金店面。

此前，中国黄金集团公司在京宣布，继今年3月份在香港高等法院对香港中国黄金有限公司（香港龙标志）的侵权案胜诉后，9月17日，香港高等法院对中国黄金集团（香港）股份有限公司（香港元宝标志）的侵权一案作出了终审判决，判定其侵权事实，判定其禁止使用“CHINA GOLD”、“中国黄金”或其他任何与其相同或容易产生混淆的相似名称或图形作广告用途，或是以与其相同或者相似的名字从事任何商业或贸易活动。

近年来，在利润的诱惑下，“李鬼”们纷纷傍起名牌，侵权店擅自在店内标注、突出中国黄金字样及标识，以中国黄金或香港中国黄金专卖店名义对外宣传，故意混淆视听，侵害了消费者权益，扰乱了市场秩序。市场上出现了消费者购买的“中国黄金”金条不能回购、开发票需要交10%手续费等现象。中国黄金旗舰店也接到消费者的投诉，后经检验，这些产品都不是中国黄金销售的。中国黄金集团调查显示，市场上仿冒的“中国黄金”品牌在全国有近20个，仿冒店面一度达近千家。

中国黄金负责品牌维护的谭雷告诉记者，主要是“傍名牌”的成本低、收益高。一些公司被发现后，过一段时间又改头换面重新注册一家公司继续鱼目混珠。一些假冒店采取收加盟费的方式，其门店分布“星罗棋布”，造成公司被查封，门店仍待清理的困难。另一方面，各种假冒侵权手段层出不穷，打“擦边球”，门店LOGO图标雷同，有的采用简化“中国黄金”名称的方式，如“中金”、“国金”等，还有选择字形相似的文字进行注册，如“中元”、“中喜”等，以此来误导消费者。另外，黄金产品成色、重量虽有差别，但消费者鉴别难度较高，也令侵权者有机可乘。

目前，中国黄金的打假行动已取得不小进展。截至2013年8月31日，中国黄金集团共清理仿冒店面近600家。然而，侵权现象仍然层出不穷。在部分省市，假冒店面数量甚至超过“中国黄金”品牌正规零售店面数量，对消费者造成极大误导，产生不良的社会影响。

对此，业内专家表示，只要有利益存在，假冒侵权的成本又较低，就会出现铤而走险的现象。企业创品牌不容易，维护品牌更需下大力气。一些企业往往投鼠忌器，唯恐高调打假会损伤品牌美誉度，反而会“助长”违法者的气焰，必须从被动转向主动，积极向公安机关和市场监管部门提供线索，主动对假冒侵权企业提起诉讼。另外，企业也要在品牌维护上多下功夫，在产品差异化上多想办法，提高形象的识别度，提供更多鉴别产品真伪的便利服务。维护市场秩序离不开政府部门的努力，要加强市场监管，提高惩处力度，提高违法者的成本，加大对假冒侵权者的威慑力。消费者也应提高自己的保护意识，保留相关发票、证书等，一旦出现问题可以作为维权的凭证。

链 接

中国黄金集团公司是国务院国资委管理的黄金行业中唯一一家中央企业。目前，中国黄金集团公司旗下有28家品牌服务中心、近2000家零售店，其中黄金投资产品市场占有率全国第一。

民营企业家的中国梦

不丢下一个合作伙伴

本报记者 张 玫 通讯员 舒展波

正泰集团股份有限公司董事长 南存辉

“以大带小、共赢发展”的价值分享理念，已成为集团共识。帮扶上下游中小企业，既是促进整个产业链发展的必然要求，也是正泰集团践行社会责任、反哺社会的重要途径。

“己欲立而立人，己欲达而达人。”正泰集团股份有限公司董事长南存辉深谙个中之道。他说，在全球金融危机和温州民间借贷危机的双重冲击下，帮扶上下游中小企业，既是促进整个产业链发展的必然要求，也是正泰集团践行社会责任、反哺社会的重要途径。

目前，正泰在国内的供应商、经销商企业各有2000多家。2008年，南存辉提出“构建战略合作、实现互助共赢”的战略举措，成立专门团队，按照“现场诊断、制订方案、驻点帮扶、验收总结、持续跟进”的步骤，分层次、分阶段、因地制宜地开展了个性化定制化的帮扶提升。

“正泰的帮扶提升举措是真刀真枪、倾力而为的。”南存辉告诉记者，正泰主要是通过帮助他们建立与完善运营体系，使一大批小微企业茁壮成长。他举例说，温州福达合金公司与正泰合作之初，只是一个年销售额千万元左右的小企业。正泰通过制订专项帮扶计划，引导其做专、做精，突出优势，经营业绩快速增长。年销售额一跃超过13亿元，成为名副其实的行业“单项冠军”。

一位供方负责人曾感慨地说，“我们的公司是没有挂正泰牌子的正泰企业，我们的员工是不穿正泰工作服的正泰人。跟着正泰走没错！”这话让南存辉很感动，至今仍记忆犹新。南存辉说，对经销商企业的帮扶，正泰在提供“信息平台、物流平台、技术服务、信用资金”4大平台支持的基础上，近年又推出以“保姆式”服务为特征的3PA模式，让经销商大尝甜头。针对温州民企的“低迷期”，一家和正泰合作近20年的经销商出现资金链断裂的风险，经营一度陷入困境。南存辉认为，关键时刻就应拉他一把，不能让跟着正泰的经销商伤心失望。于是，正泰注入资金，通过整顿企业架构，帮助其焕发了生机。

如今，“以大带小、共赢发展”的价值分享理念，已经成为集团的共识，并延伸到各个领域。正泰先后在宁夏、内蒙古、甘肃等中西部地区投资兴建了数十座光伏电站，按照现代企业的管理标准对其合作单位进行引导，在拉动当地就业的同时，也带动一批小微企业的发展。同时，发起成立了多种风险投资和股权投资基金，支持新能源、储能、半导体、有机农业等产业的小微企业起步发展。另外，正泰在杭州下沙成立高新技术孵化平台，成功孵化了海上风机等多项技术，培育了多家优秀小微企业。

与上下游企业的合作共赢，与各种小微企业的互动发展，使正泰建立了牢固的产业链优势，在全球经济低迷的背景下逆势增长，其太阳能产业更是后来居上，成为全球首家光伏电站系统解决方案提供商，被德国权威机构PHOTON咨询评为2012年度全球光伏产业第二强。

扶持、带动产业链中小企业共同发展的实践，正应了一句老话：“帮人就是帮己。”对此，南存辉颇有所得。

1号商城商户超万

直营店达3112家

本报讯 记者沈则瑾报道：国内知名的生活网购平台1号商城日前发布数据显示，截至10月上旬，1号商城入驻商户总数已突破10000家，成为继天猫、京东之后，又一达到超万家入驻商户的超级电商平台。1万多个商户中，开设品牌直营店的有3112家。

已经入驻1号商城的企业中，不乏中粮、周大福、JACK&JONES、罗莱家纺等行业知名品牌，也有酒仙网、徐家汇商城、名鞋库等垂直B2C网站。以销售新疆原产地优质果品为特色的“西域良品”于今年1月在1号商城开立官方旗舰店，运营半年多来，订单总量达到近4万单，超过其在天猫的订单增长速度。

作为业内成长速度最快的电商平台之一，近年来1号商城表现优异，2012年销售额实现同比8倍的高速增长。当前，1号商城注册会员已超过1200万，在线销售近250万件商品，网站流量排名跻身国内B2C前10位。客户服务方面，1号商城整体投诉率低于千分之一，其中品质投诉率仅万分之一。

今年3月，1号商城推出云服务平台，提供上百个在线应用，大幅提升卖家运营效率。此外，1号商城今年着力发展供应链金融，为优质商家提供贷款，并根据商家的服务能力采取针对性的扶持。下半年以来，1号商城正通过整合多方资源，在重点商家、产品数量、市场营销等方面大举投入，迈开全方位的整合扩张步伐。

法宁格节能科技有限公司工作人员正在对产品进行检测。该公司位于江苏南京汤山街道高新技术产业园，近年来致力高端塑料产品的研发，是南水北调工程、高铁高强度挤塑板的指定供应商。目前，公司已拥有专利32项，被国家相关部门认定为“国家级高新技术企业”。

本报记者 赵 晶摄

计划未来3年增110个新址

沃尔玛在华发展提速

本报北京10月27日讯 记者陈颐报道：沃尔玛全球总裁兼首席执行官麦道克近日在北京宣布，未来3年沃尔玛将加速在中国的发展，计划增设110个新址，包括商场及配送中心。同时，加大在二、三、四线市场的发展，新创造超过19000个工作机会，以更好地服务在中国城镇化进程中新兴的消费群体。麦道克表示，中国是沃尔玛公司具有战略意义的市场之一，沃尔玛也将凭借自身优势更好地服务中国市场。

据沃尔玛中国总裁兼首席执行官高福澜介绍，该公司未来在中国的重心在于持续投资和稳健发展，并强调发展质量重于数量，公司将追求有质量的增长。未来3年，沃尔玛对中国市场的发展战略将主要集中在几个方面：开设更多商场、加速山姆会员商店发展，将有多家山姆会员店预计在未来3年内开业；老旧门店也将得到全面升级改造，提升门店质量。据了解，门店改造计划通过优化销售面积、改进停车、交通条件，增加节能环保设施等方式，提升商场的营运水平及顾客的购物体验。

与此同时，高福澜也表示，在实施上述发展规划中，沃尔玛将根据严密的市场评估关闭一些业绩不好的门店。这些被关闭的门店虽然占沃尔玛中国门店数量的近9%，但预计对今年至明年销售额的贡献率仅占2%至3%。他认为，采取这样的措施是符合企业经营管理要求的，也可以帮助公司在中国市场更有质量地发展。

微讯

中国南车再获印度地铁订单

本报讯 记者齐慧报道：近日，中国南车再次获得印度新德里地铁21节地铁车辆订单，这是中国南车获得的第三个印度地铁项目。

据介绍，该项目车辆由中国南车株机公司研发制造，列车设计时速80公里，每列车最大载客量为978人，每列车3节编组，车内上万个零部件均通过欧洲标准严格认证，内装材料遵循全球最高的BS6853防火标准。针对新德里高温、多雨、多尘的环境，列车在设计中采用先进的技术，同时突出“绿色、智能”等特点。

奇瑞自主无级变速器技术获奖

本报讯 记者白海星报道：近日，在辽宁沈阳举行的2013年度“中国汽车工业科学技术奖”终评会上，奇瑞汽车凭借自主研发的无级自动变速器技术（即CVT技术）荣获一等奖，填补了此项技术的国内空白。

2003年，奇瑞正式成立“奇瑞精机公司”，主攻变速箱研发项目(包含MT/AT/CVT)。2004年，奇瑞的自主CVT无级变速箱项目正式立项，历经8年研发周期，其中包括技术调研分析、竞品机型的对比试验分析、布置结构设计、零部件产品结构设计及试验验证、产品认可、工艺通过性验证，以及批产通过性验证等。

太钢输出“治水”工程技术

本报讯 记者刘存瑞 李哲报道：太原钢铁集团近日与北京碧水源公司共同签署“高性能膜材料研发制造及水务工程项目”股东协议，标志着太钢“治水”工程技术输出之路的开启。

据介绍，2002年，太钢在行业内率先使用膜法技术处理工业和生活污水，具备了工业、居民污水的大规模处理经验，现企业水重复利用率已达到98%以上，吨钢耗新水指标连续多年处于国际领先水平。本次太钢与水资源综合利用领军企业——碧水源成功联手，将在太原市建设年产100万平方米的高性能膜材料及膜组件生产基地，打造承接膜处理工程、特许经营水处理项目等业务发展平台。

企业转型看方向

杉杉集团董事局主席 郑永刚

企业家观察

近几年，我国大量的企业特别是民营企业都在着力转型发展。这既是部分企业达到一定规模和水平后的主动选择，也是经济发展形势所迫。有的民营企业转型较为成功，在业务板块、治理结构、股权结构、企业文化等方面，上升到一个更高的层次。但还有大量企业依旧面临着巨大的转型压力。从杉杉集团的情况看，由于我们主动转型的时间较早，转型方向始终坚定，取得了较好成效，也总结出一些经验教训供大家讨论。

杉杉集团上世纪80年代靠服装起家，凭借品牌发展战略，成为首家在国内A股上市的服装企业。到上世纪末，杉杉西装已确立了国内领先服装品牌的地位。当时，我们已经意识到，随着其他服装企业品牌营销意识的提高，特别是中国即将加入世贸组织，外资品牌的大量进入，国内服装业高速发展期将随之结束。在我国加入世贸组织后，大量外资服装品牌的加工订单涌入国内。但杉杉是依靠品牌经营发展壮大的，企业对给人“代工”赚取加工费的模式，始终保持谨慎态度。因此，我们认为服装业务要继续走自主品牌道路，同时开拓新的领域，实现集团多元化转型。

从1999年开始，集团一方面继续加大服装板块投入、购买了多个国际品牌，另一方面开始寻找一些有长远市场潜力的业务。一次偶然机会，我们接触到一项关于锂电池材料的国家“863”项目。集团反复调研后认为，锂电池未来有望成为新能源主流，项目产业化前景巨大，因此决定斥资进行“产学研”转化。

经过多年投入，目前杉杉集团在锂电池的负极材料、正极材料、综合材料等主要基础材料研发生产上，已在国内遥遥领先，有的处于世界最高水平。比如，负极材料方面，我们的客户涵盖索尼、三星等企业，还和奔驰公司达成了10年合同，为其提供混合动力汽车的锂电池材料。正极材料方面，杉杉产能已达万吨级，这在全球范围内也只有3家企业能做到。难能可贵的是，虽然锂电池行业尚处高速成长期，但杉杉在这方面已迈过盈亏平衡点，实现了盈利。

回头看，杉杉当初决定从单一服装业务向多元业务转型十分及时，取得的成功也超出当初设想。当然，其过程之艰辛、经历之坎坷也可想而知。今天，在我国经济乃至全球经济都出现深刻调整的背景下，杉杉集团能继续稳步增长，实现营业收入达240亿元，资产总额超230亿元，都离不开企业的主动转型。

这些年的转型之路中，我深刻感受到，只有不断创新、坚持转型，企业生命之树才能长青。当然，这里的“转型”是广义概念，因为企业发展中的任何一点自我修正和调整，都可以理解为“转型”。具体而言，我认为要把握好以下几点：

一方面，企业要学会“远视”。在产业选择上，必须结合国家宏观经济政策，同时具备全球化视野。比如，杉杉选择新能源、锂电池行业，就是看准了这个行业是未来经济发展需要。同时，新材料行业也是我国相对薄弱的基础性行业，能够得到国家政策大力支持。反过来，如果企业转型方向错误，转型就会如逆水行舟。

这种“远视”还可以理解为对产业培育的耐心、对既定方向的持之以恒。这些年，杉杉为了发展锂电池行业，可谓全神贯注、心无旁骛。这一点，应该特别引起部分正在转型民营企业的高度关注。须知，转型不能三心二意，不能看到什么赚钱就往里投。总想着赚“快钱”，有时会要了企业的命！

另一方面，民营企业转型也要学会“近视”。所谓“近视”，是指企业投入要很“现实”，要学会算账，不能过于冒险激进。民企的实力普遍不够雄厚，因此，在转型初期，一定要学会“借力打力”，比如借助国家大力推广的“产学研”政策。杉杉锂电池项目就起源于国家“863”项目，后期多项研发也都是与高校、科研院所合作，为企业节约了大量技术、人才、资本等投入。想要致力于向高科技转型的企业，可以多向这方面寻找项目。

本版编辑 董庆森 梁剑箫

电子邮箱：jjrbqybd@126.com