


发挥地理标志带动效应,做强一个产业,致富一方百姓——

福建漳州激活“地标”效应

本报记者 薛志伟 通讯员 吴静芳



福建漳州实施商标
兴业富农战略，发挥地
理标志带动效应，通过
一产向二产三产延伸，
成为助力精准扶贫、服
务乡村振兴的有效途
径，形成“一县一优质
地标产业”的特色农业
发展格局。



漳州华安铁观音茶园。

薛志伟摄

地理标志是表明产品产地来源的重要标志，既是巨大的无形资产，还是所在地区的形象名片。福建省漳州市历来重视并积极推动地理标志“走出去”。早在2011年，“琯溪蜜柚”“东山白芦笋”就已入选“中欧10+10”中欧互认地理标志产品清单。今年，“平和琯溪蜜柚”“平和红柚”“云霄枇杷”“南靖兰花”“平和白芽奇兰”5件地理标志产品推荐参评中欧地理标志产品互认互保“100+100”清单，再次把漳州地标带向世界。

截至今年10月底，漳州市有效地理标志商标（产品）148件，居全国设区市第3位、全省第1位。其中，云霄县拥有地理标志商标34件，居全国县级行政区域第1位。

用活一枚地标、带动一个产业、致富一方百姓。近年来，漳州大力实施商标兴业富农战略，发挥地理标志带动效应，通过一产向二产三产延伸，成为助力精准扶贫、服务乡村振兴的有效途径。

“地标”助力区域精准脱贫

云霄县“下河杨桃”久负盛名。作为杨桃种植“第一大村”，云霄下河乡下河村种植杨桃已有上百年的历史。

“过去村民发愁杨桃卖不出好价钱。”下河村党支部书记蔡劲松说道。早前下河村杨桃种植面积大而散，品种以本地酸杨桃为主，口感酸涩，此外，受地理位置偏远、运输条件不便等因素的影响，产量虽高销路却不好。

为改变这一状况，下河乡聘请福建省农科院专家建立品种改良实验园，提升杨桃品质。随即，下河村又成立了多家农民专业合作社，为当地杨桃申请注册“下河杨桃”地理标志，并统一制定杨桃的“地方标准”。2016年，在“下河杨桃”通过地理标志认证后，名气随之大涨。下河乡迅速成立党建扶贫先锋队，打造“地标+电商+合作社”的产业扶贫方式。下河村19家杨桃产业合作社共吸收入社农户748户，实现每月网销杨桃15万斤、网销额120万元以上，入

社农户均年增收3000余元。

“现在的消费者都十分注重商标品牌，有了‘身份证’，不愁销路了。”蔡劲松说。

依托千亩杨桃资源，下河乡创建“下河杨桃园地标驿站”，并连续多年举办杨桃节，开创地标文化与乡村旅游相结合的新发展模式。仅2017年2月的杨桃采摘季，就吸引游客超6万人次，带动经济收入400余万元。如今，下河村已从昔日的省级贫困村蜕变成远近闻名的“杨桃村”。

借助“下河杨桃”等一系列响亮的地标招牌，去年云霄全县地标产品种养面积达38万亩，产值达52亿元，整个产业链各环节从业人员及受益人数达32万人，有效助推当地脱贫攻坚。平和县则培育出“平和琯溪蜜柚”“平和红柚”“平和白芽奇兰”3个年产值超20亿元的地标产业，全县农民70%的收入来自地标产业，地标品牌成为百姓脱贫致富的“金字招牌”。

2010年以来，漳州累计兑现商标富农补助资金2000多万元，用于地理标志商标的注册、使用和管理，为漳州地理标志产品进入市场提供有效的“身份证”“入场券”。“云霄枇杷”“浮宫杨梅”“诏安青梅”“南靖兰花”“华安铁观音”……一个个含金量极高的地标产品相继打响、遍地开花，漳州已形成“一县一优质地标产业”的特色农业发展格局。据不完全统计，全市地理标志商标产品产值达580亿元，约80%农村人口受益。

扩大地标品牌效应

“这是建兰的红君荷，一苗100元，两苗带三芽的只要180元……”11月11日上午9点半，位于南靖县山城镇的青轩兰场直播棚，主播张淑群正进行“兰花直播”。她一边展示兰花，一边介绍兰花的品种、特性等。不到半小时，就引来上千名粉丝在线观看。

青轩兰场的两家网店有11万固定粉丝，一天直播能吸引上万人次观看。“网

店上架的兰花品种有80多个，有的兰花品种数量较少，我们就没有上架，而是通过直播间向网友展示。”青轩兰场负责人张旭东说。截至当天17时，青轩兰场的南靖兰花订单量有400单，成交额超12万元。

无独有偶，在11月18日举行的“漳州产全球销”网上食品名城大促活动现场，20多家漳州食品企业的生产者化身为“网红主播”，通过阿里巴巴1688频道“漳州产全球销”网络直播平台，与全国各地的采购商、消费者进行面对面推介。短短1个小时，新汇鲜果蔬专业合作社总经理谢福特成功“带货”57盒(件)，收获300多名新粉丝。

好产品、好品牌需要好渠道的传播。玩转“地标+电商”模式，漳州不断扩大优质地标品牌效应，各类名优特产品“飞”出深山，土货变“尖货”。数据显示，在阿里巴巴1688平台上漳州地区的核心网商企业已超过1500家，年线上销售额逾4亿元，每月吸引全国超过3万名采购商购买漳州食品。特别是在水果电商领域，漳州已成为与广西南宁、四川成都齐名的水果生鲜电商知名产地。

同时，漳州还通过“走出去，引进来”的方式，为地标产品搭建展示、推广和销售平台。组织优秀地理标志企业参加地理标志产品国际博览会、粤港澳大湾区知识产权交易博览会等全国性的专业展会，并举行专题推介活动，引导地标产品“走出去”；多个县（市、区）每年举办地标节，如平和县从2005年以来连续14年举办蜜柚节、茶王赛，云霄县举办“云霄枇杷节”“云霄年货节”等活动，将外地客商“引进来”。

漳州还推行“公司+商标品牌（地理标志）+农户”产业化经营模式，鼓励和支持龙头企业进行地理标志商标产品、农产品的开发，推动地标产品由单一品种向产业集群发展、地标品牌由单一品牌向产业品牌集群发展。龙头企业农好康（福建）网络科技有限公司持续开发“平和白芽奇兰”“平和琯溪蜜

柚”等多款地理标志产品，上线“漳家界”漳州地标产品线上汇集平台，推广“漳州地标产品 品质生活优选”地标专栏，创造“无界”漳州。龙海市10家农民专业合作社在杨梅商品申请注册集体商标12件，使用集体商标的农产品产值累计超3000万元，推动了浮宫杨梅产业化发展。

“智慧地标”护航金字招牌

今年8月份，平和琯溪蜜柚还未成熟上市，但网络上却已有人假冒该品牌进行销售。对此，结合琯溪蜜柚上市周期，漳州市市场监督管理局有针对性地发起“平和琯溪蜜柚”地理标志专项整治行动。

通过“智慧地标”互联网监管平台，工作人员对淘宝、天猫等电商平台发布的商品信息进行比对，共发现涉嫌侵犯地标专用权电商销售链接500余条。该局立即指导平和县市场监管部门和地标协会联合开展维权工作，让假冒优质地标产品行为无处藏身。

“虽然漳州市地标产业得到了巨大的发展，但仍存在注册规划弱、管理水平低、品牌影响小、保护效应差等问题，极大地制约了全市地标产业可持续发展。”漳州市市场监管局副局长林丽卿说。为此，漳州市创新监管模式，今年8月在全省率先启动全市“智慧地标”互联网监管平台，运用信息化技术手段强化对地理标志商标的监管和服务。消费者和商户可到该平台上查假打假。

“智慧地标互联网监管平台架构为两个通道，消费者可以通过这个平台查询到某地理标志的授权情况，监管部门可以通过平台对没有授权的电商产品进行侵权排查。”该局商标科科长杨蔡鹏说。

据介绍，该平台运行以来，属地监管部门及时将涉嫌侵权线索分流至地理标志权利人，联合开展地理标志商标维权行动，强化地理标志商标保护，严厉打击了侵犯地理标志商标专用权行为。

陕西宝鸡明确深化国企改革“施工图”

本报记者 张毅 通讯员 海涛

连日雨雪，寒意袭人，位于陕西宝鸡市凤翔县柳林镇的西凤酒公司门前却车水马龙，上百辆物流车有序驶入厂区。

日销售白酒200吨，订单排到明年，前三季度销售额超41.62亿元，生产、销售双破纪录。曾经闻名全国又曾经一度沉寂的西凤酒如今产销两旺。在西凤集团董事长张正看来，聚焦主业“瘦身强骨”是国企通过供给侧结构性改革重现生机的一剂良药。

在推进国企供给侧改革中，企业如何聚焦主业提升品牌影响力？一系列转型升级措施，为宝鸡国企开出了良方，并取得了实效。

主业不同，市场不同，问题不同，固本为上。近年来围绕省深化国资国企改革决策部署，宝鸡市先后制定出台“1+N”系列政策文件。今年印发《进一步深化国企改革三年行动方案（2019—2020年）》，从提升公司治理、推进混合所有制改革、大力瘦身健体、推进创新提质等10个方面，进一步明确国资

国企改革的“施工图”。按照“一企一策”的思路，力求改善国企机构臃肿、层级过多、产品多而不强等顽症。

今年以来，宝鸡在全市国企开展了深入调查研究，结合企业实际情况，开出了“忍痛减肥，聚焦主业”等一系列行之有效处方。

西凤集团的各类品牌白酒一度高达上千种，同时集团业务涉及多个行业，占用了企业大量的人力物力。西凤集团的“处方”“瘦身”：一是按照非主导产业、经营不好的、发展潜力不足这三个硬标准，启动酒店、包装等注销工作，全面退出不具竞争优势的非主业领域。二是全面停止“西凤酒”及其系列产品的开发，压缩西凤酒及其系列产品规模，优化产品结构，聚力构建以高端产品为引领的清晰产品矩阵。

一系列“减法”措施，迅速激发出主业主品牌的效益。今年1月至9月，西凤集团利润总额达8.44亿元，同比增长8.33%。

像西凤集团这样“以减求增”的举措正在宝鸡国企中迅速裂变，涉及白酒、装备制造、煤炭、纺织等多个领域，当地27家企业今年上半年营业收入同比增幅达17.44%。

化解过剩产能是宝鸡国有企业自我“强骨”的又一着力点。

宝鸡红旗民爆集团董事长贺军社认为，民用炸药去库存，关键在于一个“调”字，要在产品结构和链条上下功夫。

作为国内民用爆破行业的先行者，红旗民爆集团根据市场需求，变生产炸药这一个“点”为工程服务一条“线”，持续加大爆破服务尤其是一体化爆破服务的市场开发。今年前三季度，该企业爆破业务实现营业收入1.97亿元，较上年同期增长58%。

调结构让宝鸡很多国企找到了发展之路。今年前9个月，宝鸡国资系统监管的18户企业，实现利润总额从去年的亏损6.8亿元，一举转为盈利19.3亿元。

联大靠强是宝鸡国企面向市场大范围配置要素的又一良方。

近年来，宝鸡实施大集团战略，长岭集团、长岭机器厂、长岭科技、渭河工模具、陕铜公司整体并入陕西电子信息集团。宝光集团、陕开集团整体并入西电集团。宝鸡机床由秦川机床控股，实现了两大机床制造企业的资源整合。

宝鸡机床集团规划发展部部长张春生说，秦川机床和宝鸡机床两个企业之间实现了从市场“对手”到“队友”的转变，这种转变让双方实现信息互通、科技共享。

2016年，宝鸡机床投入的科研资金不过3519万元，而今年投入的科研资金翻了一番。企业不断引进消化对接国际先进技术，今年11月上旬在上海举办的第二届中国国际进口博览会上，该企业一次就从德国、日本、西班牙、意大利等国家和地区知名企业采购了价值1700余万元的高科技设备。

在宝鸡，“聚焦主业抓改革、处僵治困谋突破、化解债务防风险、强化监管提效能、维护稳定保民生”五大举措的改革红利正在国企释放。

本报讯 记者李佳霖报道：日前，北京市工商联发布2019北京民营企业百强榜单和专项调研报告，2019北京“民营企业百强”“民营企业科技创新百强”“民营企业文化产业百强”和“民营企业社会责任百强”的企业呈现出整体实力明显增强、创新升级、高质量发展、结构优化、研发投入增长等特点。

报告显示，2019北京民营企业百强营业收入总额达2.63万亿元；资产总额3.75万亿元，同比增长30.66%；纳税总额突破千亿元大关达到1050亿元，同比增长达60.18%；研发投入总额达593亿元，同比增长84.89%。据分析，57%的企业主体被认定为高新技术企业，专利数量达22359项，增长87.47%，83%的企业均实现转型升级，企业治理结构不断规范，社会责任意识增强。产业升级拉动就业，百强企业员工人数共计127.82万人，同比增加约21万人。

科技创新和文化产业是两大亮点。其中科技创新百强企业收入达12421.04亿元，同比增长31.66%，研发投入总额达658.84亿元，同比增长49.28%。文化产业百强营收总额达6452亿元，同比增长31%，其中符合首都发展方向的行业投资增长较快，信息传输、软件技术服务行业投资同比增长31.2%，文化、体育和娱乐行业投资同比增长11.8%。

据北京市工商联党组书记、副主席余运高说，科技创新百强企业中70%的企业获得政府资金支持。63%的企业聚焦软件信息服务、新一代信息技术和医药健康等高精尖产业，持有国内有效专利16289项，同比增长45.09%。

目前，北京民营企业注册资本金已达17.5万亿元，1200万人在民营企业中就业，民营高新技术企业超过2万家。

北京市政协副主席、市工商联主席燕瑛表示，当前北京市正处在城市更新高质量发展的关键阶段，越是在这种关键时期越需要充分发挥民营经济的作用，下一步，北京有关部门将继续抓好政策落实，细化具体措施，营造公平环境，建立发展长效机制，让民营企业真正增强获得感。

各地传真

上海自贸区临港新片区多举措揽人才

本报讯 记者沈则瑾报道：中国（上海）自由贸易试验区临港新片区管委会日前发布《中国（上海）自由贸易试验区临港新片区支持人才发展若干措施》等系列人才政策。发布会上，临港新片区管委会还与18家国内外知名人力资源服务机构集中签约，推动相关人力资源服务机构落户新片区。

《措施》提出48条措施，力求通过一系列高含金量的人才政策，促进新片区人才集聚：不断加大国内人才服务力度，针对在新片区工作并居住的各类人才实施居住证专项加分、缩短“居转户”年限、紧缺急需技能人才直接引进落户、高等级技能人才直接引进落户、特殊人才推荐落户等8方面优惠政策；实施海外高层次人才个税优惠补贴；境外人才可参加职业资格考试、境外人才备案后可在新片区执业、鼓励在读外籍留学生兼职创业、实施科研创新领军人才及团队办理工作许可“绿色通道”、外国人工作许可和外国人才签证加分、建立境外人才工作和创业绿色通道等16方面优惠政策；定向微调新片区住房限购政策，调整商品住房选房购房制度、实施限价商品房政策，建设“先租后售”公租房，实施人才租房补贴，可申请租赁人才公寓等6方面人才住房政策。

国家级新区品牌发展报告发布

本报讯 记者顾阳报道：由品牌中国战略规划院、青岛西海岸新区共同完成的《青岛西海岸新区品牌战略发展报告》日前正式发布，这是我国首个国家级新区品牌发展报告。

青岛西海岸新区近年来以明确提升“青岛西海岸”品牌知名度、美誉度和影响力为目标，积极发挥品牌引领作用，加速品牌经济结构升级、生态优化，在推动供需结构升级、新旧动能转换等方面取得了显著成效。

据悉，《报告》系统梳理了青岛西海岸新区品牌经济发展的问题和需求，就国家新区品牌经济发展的模式、路径与方法进行深入分析，并就提高新区及优势产业全球知名度、美誉度，构建高质量、差异性的品牌生态环境，探索品牌经济引领发展的可持续模式等提出建议和意见。

品牌经济在青岛西海岸新区的成功应用，将对全国19个国家级新区创新发展乃至区域经济发展具有重要的示范引领意义。课题负责人、中国社科院学部委员汪同三表示，未来青岛西海岸新区有望成为中国品牌经济的学术高地、政策样板和应用平台，在优化区域营商环境、推动新区经济高质量发展等方面，探索形成更多可复制、可推广的经验做法。