

烟台企业争先恐后创名牌

烟台品牌建设成绩喜人,力争用两年时间再添中国驰名商标60件

经验之谈

一家企业的品牌追逐路

新海水产:看好品牌带来的高附加值

□本报记者 秦雪丽

从原来在南方市场倒卖干海产品,到目前国内的干海水产品龙头企业,新海水产集团有限公司一路走来,经历了由追求质量到追求品质的发展轨迹。用新海人的话说,品质就是品牌与质量的完美融合。

“以前,大家都说质量是企业的生命,我们曾以此作为经营目标,但慢慢地我们发现,在抓好产品质量的基础上,还要注重品牌建设。”烟台新海水产集团有限公司企划部部长饶煜对记者说,品牌带来的附加值是不可估量的。

饶煜介绍,早在2005年,他们便申请获得了QS食品安全准入证,在当时算烟台的第一批申报者。

“当时,政府刚刚推出这个举措,还没有强制实行,公司便果断决定申报。”饶煜介绍,当时很多企业

不理解,认为新海为什么会花几万元办理这种可有可无的东西,但实际上,新海集团在当时的行业内是迈出了很大一步。

2007年,新海集团开始大力追求企业品牌建设。

目前,“新海”商标属于山东省著名商标,2009年,新海即食海参获评山东名牌产品,2012年,干渍海参又获评山东名牌产品,公司旗下有干海产品近200多个单品,为更好地打造各个品系,还注册了海食尚、海参堂等10多个商标。

饶煜认为,要想把品牌做大,就要加强企业自身学习。平日里,他们经常向其他企业学习,哪怕是不同行业,比如向杰瑞学习流水线的管理。

在专卖店装修、员工服装颜色等细节上,他们也非常讲究,从细节上,在市民的消费中宣传品牌。

□本报记者 秦雪丽
qlwbqxj@vip.163.com

品牌是企业的形象,是企业软实力的象征,对企业的发展有极大的拉动提升作用。近年来,烟台不断加

强品牌建设、质量强市建设。

日前,市政府出台相关意见,部署质量强市工作:发挥品牌带动战略,培育一批拥有自主知识产权与核心竞争力品牌产品和品

牌企业;发挥品牌引领带动作用,加快传统产业转型升级,新兴产业壮大,推动产业集聚发展。预计到2015年,在原来基础上,新创建国家地理标志保护产品10个、中国地名商标60件、山东名牌产品

200个、山东省著名商标400件。

据介绍,品牌建设对中小民营企业的发展尤为重要,许多民营企业凭借品牌的打造,获得了更多的市场份额和占有率。

企业对品牌建设的重视也经过了一个过程。“别看现在,企业对品牌建设都非常积极踊跃,但在六七年前,是另外一种样子。”烟台市质监局质量科科长李福玉介绍,2007年,很多企业只关注注重生产,认为只要生产的产品好卖就行,能带来效益就好,对建立品牌的概念比较薄弱。

李福玉介绍,按照相关规定,申报“山东名牌产品”这一金字招牌,是不收任何费用的。“尽管不收钱,一些企业还是嫌麻烦。”

近年来,随着政府宣传力度的加大,企业对品牌建设的重视度也有了很大提高,由过去的没人申报到现在的争先恐后。“申报比例提高了很多。”李福玉说,以2012年为例,申报山东名牌产品的数量有107个,76个产品入围,其中新增34个产品,剩下的都是复评产品。

本报记者 秦雪丽

壮哉烟台

之五

品牌建设

快评

品牌做大做强 质量应放首位

□苗华茂

中国驰名商标63个、国家地理标志证明商标33个、山东名牌产品177个……透过这一组组沉甸甸的数字,不难看出近些年来烟台市品牌建设的喜人成绩。然而金字招牌揽得越多,肩上的责任也就越重。品牌是把双刃剑,用好了可为企业创造出巨大效益,反之,一夜之间便会一败涂地。

注册一个品牌容易,但将品牌做大做强,成为中国名牌、世界名牌,让品牌效应最大化,就不是件易事。眼下,烟台的一些企业因品牌而受益,赚得盆满钵满,欣喜之余,切勿忘记肩上责任之重大。

说起责任有二,先要做到长期狠抓产品质量、服务质量,而后再把品牌用好,把品牌用活——酒香不怕巷子深的年代已成历史,即使拥有再好的品牌,没有人知道,带不来效益,也等于没有。

今年的央视“3·15”晚会上报道的苹果手机售后服务,大众汽车变速箱等问题引起了社会广泛讨论。这些被认为是世界知名品牌的企业的产品质量和服务质量让人大跌眼镜,品牌之上的光环也随着问题暴露而大为失色。

三鹿因三聚氰胺事件倾家荡产,众多奶企深陷泥潭,濒临倒闭,此事过后,蒙牛和伊利两家奶业巨头,狠抓产品质量,年年投入巨额广告宣传费用,重塑品牌在中国奶业市场中的形象。

打品牌、创名牌,最根本的目的是给拥有品牌的企业带来正能量,产生正效益。千万不能等到出了问题,才想起花重金去弥补,到那时什么都晚了。品牌是舟,质量是水,只有把质量二字放在首位,品牌的船才不会倾覆。

经济账

品牌带来的“真金白银”

企业销量上去了,农产品更值钱了

□本报记者 秦雪丽

中粮葡萄酒>>>

得了省长质量奖 销量增长近两成

翻看刚刚做好的一季度财务报表,中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司总经理仲惟明脸上堆满笑意。“在今年整个葡萄酒市场低迷的情况下,这个销量是很难得的。”原来,2013年一季度,中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司销量同比增长17%,利税同比增长14%。

这一成绩的获得,仲惟明说有公司结构调整、市场渠道扩展等方面的原因——但有一点不可忽略,那就是“省长质量奖”这一荣誉称号的助力。

2013年1月11日,山东省省长质量奖获奖名单出炉,山东共有5家企业获此殊荣,其中烟台的中粮长城“榜上”有名,受到业界关注。省内最高质量奖,在给中粮长城带来至高荣誉的同时,也带来了真金白银。

“从第一季度的销量来看,山东市场的增幅幅度比其他市场更大。”仲惟明说,其中不少客户都是慕名而来谈合作,这让他们在惊讶之余,也感受到了品牌潜在价值的巨大。

同时,他们也深刻感受到了这一金字招牌的压力。“很多企业在争创荣誉时都很积极,但往往争到之后,便撒手不管了。”目前,仲惟明正针对行业发展,加强自身调整,加强质量管控及技术水平建设,让这一“金字招牌”更好地保鲜。

据烟台市质监局统计,2011年,名牌产品实现销售收入1202.49亿元,占名牌产品生产企业总销售收入的54.47%,分别较2010年同期增长195.31亿元和3.25个百分点。

蓬莱葡萄>>>

地理标志将增强 产品市场竞争力

近日,蓬莱葡萄、云峰大樱桃、黑石嘴渔家、牙山黑绒山羊正式获得国家地理标志证明商标。截至目前,烟台共有国家地理标志证明商标33件。据介绍,通过申请地理标志证明商标,可有效保护优质农产品,促进特色行业发展。

以蓬莱葡萄为例:蓬莱的自然环境,非常适合葡萄种植。过去,由于管理模式粗放,葡萄种植无统一标准和技术规程,既影响了葡萄质量,又影响了葡萄酒的品质。近年来,蓬莱产区吸取国内外葡萄种植的先进经验,并结合自身特点,在品牌推广等方面,不断探索完善,逐步形成了独具特色的“蓬莱模式”。

蓬莱市葡萄与葡萄酒局一位负责人介绍,据他们调查了解,地理标志证明商标产品比同类产品普遍高出20%-90%,已经成为特色农产品和传统产业拓展市场,走市场化经营之路的一块“金字招牌”,蕴含着巨大的经济潜能和市场竞争能力,对农业经济的带动作用是其农副产品商标无法比拟的。

目前,蓬莱葡萄种植业遍布全市的10个镇街,涉及到4万多农户。“国家地理标志的获得,对蓬莱葡萄酒行业的发展是个很大提升。”

烟台目前的品牌建设成绩

中国驰名商标63件

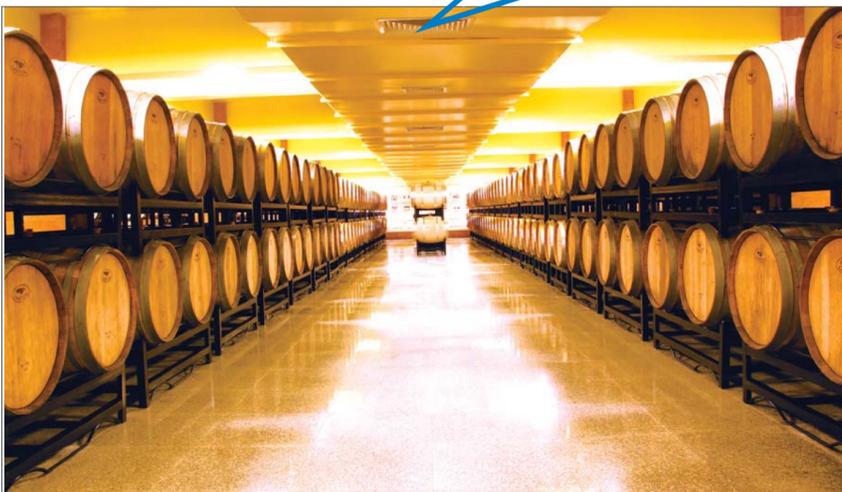
国家地理标志商标33个

山东名牌产品177个

山东省服务名牌70个

省长质量奖4个

制图:夏坤



中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司恒温酒窖(受访者供图)。

集群效应

一位老总眼中的产区

品牌云集,蓬莱葡萄酒产业集群优势明显

□本报记者 秦雪丽

谈到蓬莱葡萄酒行业的发展,中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司总经理仲惟明感慨万千,从1999年在蓬莱建厂投产,14年过去,仲惟明见证了蓬莱葡萄酒行业从单调到丰富的成长历程。

从最初两家发展到72家

仲惟明1999年来到烟台,当时蓬莱尽管拥有“世界七大葡萄酒海岸之一”的地理优势,但葡萄酒业的发展走得有些迟缓,整个蓬莱只有两家葡萄酒厂,年产量4000-5000吨,大部分是生产技术较为低端原始的甜葡萄酒。

中粮长城的入驻,给了蓬莱一个惊喜,在带来先进的酿酒设备、基地建设模式、管理技术等方面的同时,也给蓬莱葡萄酒行业注入了新鲜血液。也就是从那时起,蓬莱开始热闹起来,得天独厚的自然条件引来一拨一拨的投资商。

14年过去,在仲惟明看来,蓬莱的葡萄酒行业发生了翻天覆地的变化,不仅企业数量从原来的两三家增长到目前的72家,产业发展也更为规范,在种植技术、生产加工、酒庄酒的特性、品牌争创等方面都非常讲究,水平也越来越高。

国际顶级酒商就在家门口

2012年3月11日,由国际顶级葡萄酒企业法国罗斯柴尔德男爵拉菲集团投资的拉菲酒庄项目在山东蓬莱正式开工建设。这意味着拉菲集团在中国15年的种植基地考察正式结束,蓬莱成为继阿根廷、智利之后,全球第三、亚洲唯一的拉菲生产基地。随着一批知名企业的入驻,蓬莱产区的优势也日益明显。

“国际顶尖葡萄酒商就在家门口,除非你不想学,想学都能学。”仲惟明笑着说,知名企业的人驻,也给葡萄酒商家提供了更多交流学习的机会,政府也经常组织一些中国专家、法国专家一起探讨学习。

蓬莱市葡萄与葡萄酒局一位负责人介绍,品牌是企业发展的核心竞争力,也是蓬莱葡萄酒和葡萄酒产业“百年立市”的支柱。为培植壮大葡萄酒生产企业,蓬莱制订了一系列鼓励争创名牌产品和驰名商标的措施,鼓励企业争创名牌,独立发展,努力实现由“做酒”到“创

牌”的转变。

力争成为首批示范产业集群

截止到2012年年底,蓬莱市已拥有优质葡萄酒基地16.8万亩,葡萄酒生产企业72家,实现销售收入30亿元。酒商的云集,也使蓬莱产区的产业链更为完善,除了葡萄酒、酒瓶、橡木塞、印刷等配套产业逐渐完善,形成了“蓬莱产区”的区域文化。

蓬莱工商局一位工作人员介绍,目前蓬莱全市72家葡萄酒企业拥有注册商标942件,占蓬莱全市注册商标总量的34.3%,蓬莱葡萄酒行业驰名商标2件,占蓬莱全市驰名商标总量的33.3%,驰名商标7件,占总量的21.9%,商标产业集群优势非常明显。

该工作人员介绍,目前,蓬莱工商局正在调研汇总情况,争取省、市工商局支持,正式申报葡萄酒与葡萄酒产业为省级商标战略示范产业集群,力争成为第一批被认定的示范产业集群。



中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司技术部(受访者供图)。

坏现象

部分品牌成了摆设

烟台的“金字招牌”很多,却也存在一些问题,比如一些企业对品牌的使用率不高,有的甚至束之高阁,没有充分发挥名牌这一无形资产的作用,对名牌既宣传,也不在包装上标注,失去了创名牌的意义。

2012年,烟台市质监局质量科曾做过一次《关于烟台实施名牌战略情况的调研报告》,报告显示,烟台市168个山东名牌产品中,有45个仍未

使用山东名牌专用标志,31家企业未获得山东名牌情况做宣传。

从调研情况来看,烟台多数企业为中小型企业,普遍存在自主创新能力不足、缺乏核心技术、产品附加值较低、名牌后续资源不足等问题;部分名牌企业则存在品牌建设基础不牢、管理和技术创新工作滞后、品牌优势不突出等问题。

本报记者 秦雪丽

五菱汽车
品质驱动新生活

“惠”享五菱 惠乐享生活

五菱倾情钜惠
4月活力开局, 体面的紧凑型商务车五菱宏光、标杆大微客五菱荣光和经典微客五菱之光, 快乐活力一路行, 五菱与你不见不散!
活动时间: 2013年4月22日起
活动地点: 龙口市神龙物资有限公司(五菱4S店内)
详情请咨询: 0535-8617102

经销商信息: 龙口市神龙物资有限公司(五菱4S店)
地址: 龙口市南二环西路(装饰材料市场东)
联系电话: 0535-8617102

服务热线: 400-889-5050 www.sgmw.com.cn