



国家市场监督管理总局发展研究中心质量发展和安全研究部主任赵陝雄：

以质量推动品牌建设 让“中国制造”更有力量

10月15日，在2019第二届西三角品牌大会上，国家市场监督管理总局发展研究中心质量发展和安全研究部主任赵陝雄分享了一个亲身经历。上世纪90年代初，他到广东潮州暗访一个造假窝点。当时，他独自一人走进村子，在一个三层楼高的仓库里，假冒牙刷堆积如山……

“我很欣喜地看到，如今的中国，商标、品牌越来越受到重视，从贴牌到创牌，从跟跑到并跑，中国制造正在走进大家心里。”在赵陝雄看来，品牌既是一种力量，也是一个榜样。如今，营商环境、市场秩序的持续改善，特别是下月起开始实施的新《商标法》，为我国品牌创造了良好的发展机遇和成长生态，自主品牌迎来前所未有的大爆发时期。

从粗糙、代工到研发、出海 “中国制造”正在逆袭

赵陝雄透露了两组数据：2018年，我国商标注册机构接收的商标申请数量超过710万件，是全球第二大商标注册机构的十余倍；2017年，中国大陆主体的涉外商标申请数量较2016年增长40%。

从消费的另一端来看，品牌的保护和培育也切切实实产生了效果。

两组对比数据直观明了：2017年京东发布的《中国品牌发展报告》显示，李宁、OPPO、vivo、小米、安



国家市场监督管理总局发展研究中心质量发展和安全研究部主任赵陝雄作演讲。

踏等品牌在京的销售额三年平均增长超过60倍；百度与人民网研究院联合发布的报告显示，2019年，消费者对国内品牌关注度持续提升，自主品牌搜索量从2009年的38%上升到2019年的70%。

“国产品牌从十年前的‘粗糙’‘三无’‘代工’等标签，实现了向‘自主研发’‘核心技术’‘出海’‘性价比高’等标签的转变。”赵陝雄说。侵权赔偿从3倍到5倍 品牌保护力度正在加大

“品牌是有生命的，是需要阳光和水分的。”在赵陝雄看来，在11月1日即将实施的新《商标法》，就是很好的阳光和水分的。

这已是《商标法》的第四次修改，他最为关注的，是新《商标法》的惩罚性赔偿力度——恶意侵犯商标专用权的侵权赔偿数额，计算倍数上限由三倍提高到了五倍。

同时，新《商标法》将销毁和禁止假冒商品进入商业渠道，作为假货的最主要处置手段，大幅度提高了造假者的违法成本，有利于形成更加有效的威慑。

被称为“工业瘟疫”的假冒问

题，曾是我国贯穿上世纪整个90年代的一大社会热点问题。赵陝雄认为，新《商标法》正是打击假冒伪劣的“霹雳手段”。

从品牌文化到质量推动 “软硬兼施”打造中国品牌

除了“硬手段”，赵陝雄还提到了“中国创造”的整体品牌形象的保护和塑造。

“一些企业打广告，口口声声‘生产设备全部进口’等，实际上是免费地给洋品牌打正面广告，给中国品牌打负面广告。”赵陝雄说，现在，中国许多产品质量上去了，200多种产品国际市场占有率位居世界第一，但是品牌形象和价格还处在低端。这不正常，也不合适。大力重塑中国产品的品牌形象，势在必行。

如何塑造品牌？赵陝雄提到，得“软硬两手抓”。

赵陝雄认为，文化是品牌软实力，它是产品的影子，质量才是品牌的硬实力。“在品牌建设上，忽视质量者将成为历史，比如‘三鹿奶粉’；重视质量者将创造历史，比如华为、海尔。上世纪50年代，德国‘以质量推动品牌建设，以品牌助推产品出口’的质量策略值得我们学习。”

华西都市报-封面新闻记者 吴冰清 摄影 雷远东

2019四川“一城一品”金榜发布

在中国西部，以成都、重庆、西安为支撑点的“西三角”经济圈正在孕育成长，越来越多的西部品牌不仅在国内声名鹊起，也在国外享有美誉。这些品牌潜力无限，充满激情和活力，成为西部经济发展重要的助推器。

10月15日，“西部力量 品牌榜样”2019第二届西三角品牌大会在成都举行。会上，发布了2019四川“一城一品”金榜，安岳石刻、通江银耳、米易阳光康养等榜上有名。

场外，专门设置了“一城一品”金榜产品展示区，各地与会代表带来具有当地特色的东西，众多看的、吃的、喝的，吸引了人们的眼光。

展区最左边的是来自自贡的彩灯，彩灯小巧精致，造型生动，引来参会人员围观。自贡彩灯文化传播运营有限公司副总经理钱虹说，自贡灯会始于唐宋，兴于明清，盛于当代，距今已有近千年的历史。自贡彩灯和自贡灯会越做越精细，观赏性和艺术震撼力越来越强，已相继走向全国、走向世界，“天下第一灯”的美誉蜚声中外。

除了看的，展区里喝的、吃的也同样让人驻足。北川苔子茶、雅安蒙顶山茶一起亮相，优雅的茶具，精致的茶艺，一句“来喝茶”让爱茶者久久难以挪步。全兴酒、郎酒相继拿出精品酒布展，一面茶香四溢，一面袭人，让人留恋沉醉。同时，中江手工挂面、渠县黄花、遂宁红薯等特色产品也成为“抢手货”，成都红旗连锁股份有限公司党委书记、董事长曹世如说，本次展出的农特产品都是品质优良的好产品，并希望能与之建立良好的合作关系，共同打开市场。

华西都市报-封面新闻记者 肖洋 徐海东



四川“一城一品”展台引人注目。



下载封面新闻APP 加入青眼直播圈

首份四川上市公司品牌指数发布：五粮液居首

上市公司代表着区域经济的活力和未来潜力。10月15日，2019第二届西三角品牌大会在成都开幕。当天论坛首次发布四川上市公司品牌指数，国泰君安证券股份有限公司投行部西南区域总经理丁一刚对指数进行了解读。

在124家四川上市公司中，五粮液、新希望、通威股份在品牌指数名列前三，科伦药业、泸州老窖

分列四、五位。

在榜单前十位中，还包括了海特高新、卫士通、攀钢钒钛、东方电气和水井坊。并列11位的则是红旗连锁和四川长虹等公司。

丁一刚介绍，品牌的建设需要一个科学性评价体系作为指引。因此，以企业中的标杆——上市公司数据为基础，分析得出的四川上市公司品牌指数榜，无疑在一定程度上能够为企业在品牌建设、品

牌管理等方面提供重要的参考和借鉴。

榜单选取了四川辖区内所有上市公司作为样本。根据数据库、交易所、国家知识产权局等官方网站披露的数据，以企业品牌价值评价为出发点，参考相关专家意见与目前市场上品牌价值排行榜的评价标准，建立多维度的评价体系。针对本次发布的2019四川上

市公司品牌指数，丁一刚介绍，该指数有三大特点：首先品牌指数聚焦于四川地区上市公司的品牌价值评估。其次，品牌指数拥有多维度科学理论支撑。最后，榜单也充分吸取了国际品牌价值研究最新成果，对最后的权重进行了调节，最大程度保证榜单客观、准确和公正。

华西都市报-封面新闻记者 熊英英 见习记者 宋尧

(紧接01版)保护黄河是事关中华民族伟大复兴的千秋大计。黄河流域生态保护和高质量发展，同京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展一样，是重大国家战略。

文章指出，新中国成立后黄河治理取得了巨大成就。党的十八大以来，黄河流域经济社会发展和百姓生

活发生了很大的变化。水沙治理取得显著成效，生态环境持续明显向好，发展水平不断提升。同时也要清醒看到，当前黄河流域仍存在一些突出困难和问题，洪水风险依然是流域的最大威胁，流域生态环境脆弱，水资源保障形势严峻，发展质量有待提高。这些问题，表象在黄河，根子在流域。

文章指出，治理黄河，重在保护，

要在治理。第一，加强生态环境保护。第二，保障黄河长治久安。第三，推进水资源节约集约利用。第四，推动黄河流域高质量发展。第五，保护、传承、弘扬黄河文化。

文章指出，要加强对黄河流域生态保护和高质量发展的领导，抓紧开展顶层设计，加强重大问题研究，着力创新体制机制。

泸州江阳区 148名村社区党组织书记接受警示教育

华西都市报(易路勇 记者 曹笑 实习生 刘柯辰)10月14日，泸州市江阳区纪委监委举行培训，为全区148名村社区党组织书记，上了一堂题为《抵诱惑、拒贪腐、守底线、树清廉》的廉政警示教育课，赢得了参训人员的阵阵掌声，纷纷表示，今后将更加立足本职岗位，廉洁奉公，履职尽责，敬畏党纪国法。

警示课上，江阳区纪委监委张刚，紧密结合当前基层实际，从六个方面介绍了当前反腐败形势，国家监察体制改革的目的和意义，村官构成违纪和职务犯罪的情形，六大纪律解读；并重点剖析了3起扶贫领域、公

益性岗位领域典型案例，介绍了监督执纪四种形态及运用情况，还就做好党风廉政建设工作宣传引导工作提了希望。

“警示课一开始，就以廉政短片《背影》做引子，直指腐败行为给家人带来的伤害，值得大家反思。”南城街道三星街社区党委书记匡凤娟说，在党纪党规解读中既穿插播放相关小视频，又普及执纪审查等知识；在以案释纪时既表明全面从严治党信心决心，又互动提问强化警示教育效果，非常形象、生动、直观地传递了越往后执纪越严的强烈信号。

据悉，此次培训共6天，培训的专题有《党风廉政警示教育》《党建引领下的城市社区治理》《主动迎接角色转变构建新型城乡治理机制》等。

“村社区党组织书记作为群众的‘主心骨’、发展的‘领头雁’、稳定的‘顶梁柱’，是党的各项决策部署在最基层的执行人，更是全面从严治党向基层延伸要求能否落到实处的关键。”江阳区党委、纪委书记、监委主任陈学军介绍，在当前民生工程多、民生资金多、征地拆迁多的情况下，强化村社区干部纪律意识和廉洁意识尤为重要。

《封面新闻APP安卓版推广服务采购项目》招标公告

一、项目背景

2016年5月4日，封面新闻APP上线。作为华西都市报深度融合转型和打造新型主流媒体的载体，封面新闻以前沿科技为核心驱动，以原创为显著特征，致力于成为亿万年轻人的生活方式。为了加快封面新闻APP的推广步伐，拟选取1家封面新闻APP安卓版推广服务执行商，旨在通过投放CPA(Cost per Activation,按激活付费,以下简称CPA)分发推广渠道,为封面新闻APP带来更多新增用户。现面向社会公开招采,欢迎符合条件的潜在投标人报名参与投标。

二、项目概况与招标范围

1.招标人:四川封面传媒有限责任公司
2.项目名称:封面新闻APP安卓版推广服务采购项目
3.招标人地址:成都市锦江区红星路二段70号四川日报报业集团8楼B区
4.招标内容:本次招标为选择封面新闻APP安卓版推广服务执行

公司,通过投放CPA分发推广渠道为封面新闻APP获取更多安卓端用户。具体招标项目推广方案及技术要求详见招标文件第六章。

三、投标人资格要求

1.必须是中国境内注册并具有独立法人资格的企业或者其他组织。
2.营业执照具有广告或互联网信息服务的经营范围。
3.业绩资格要求:投标人自2016年1月1日至投标文件截止日,同类型推广服务项目至少一个50万元以上(需提供中标<或中选中>通知书或合同或其他证明材料的复印件)。
4.财务状况要求:提供2017年、2018年经审计的财务报表。
5.本项目不接受联合体投标。
四、报名需提交的资料
1.投标单位营业执照副本,复印件,加盖公章的复印件。
2.投标单位若法定代表人直接报名的,须出示投标单位授权委托书原件。
3.经办人有效身份证,验原件,

收加盖公章的复印件。

五、报名及领取招标文件

1.报名地点:成都市红星路二段70号四川日报报业集团8楼B区行政部;
若采用网上报名方式的,需于规定的报名时间内将报名需提交的资料扫描后发送至招标人邮箱(邮箱地址:alice@thecover.cn);同时须将营业执照副本复印件、经办人有效身份证复印件、投标单位授权委托书原件在加盖投标单位公章后,邮寄至招标人,地址:成都市锦江区红星路二段70号四川日报报业集团8楼B区。必要时,投标单位应将上述资料的原件提交招标人核校。
2.报名时间:2019年10月15日至10月21日(工作日:上午9:00-12:00,下午2:00-6:00)。
六、联系方式
联系人:兰女士
联系电话:028-86969334
四川封面传媒有限责任公司
2019年10月15日

达达-京东到家 开启1020“超市狂欢节” 发布超市全渠道履约解决方案

10月15日,国内领先的本地零售和物流平台达达-京东到家宣布,携手平台上超过10万门店,正式开启2019年度超市领域规模最大的线上线下联动购物节——1020超市狂欢节。消费者想超市日用品,不必等到双十一,更能坐享1小时送达。

与此同时,达达-京东到家发布超市全渠道履约解决方案,助力商超解决线上化目前的最大痛点——来自多渠道订单的高效履约。据悉,达达-京东到家研发的“支持全渠道履约的中台系统已在永旺、华冠等众多商超门店快速推广部署中;能够适应不同模式门店的拣货、配送需求的仓拣配一体化履约解决方案,经验证可大幅提升履约效率,助力商超实现全渠道订单1小时送达。



超市全渠道风口已至,达达-京东到家率先部署全渠道履约解决方案

中国全面进入“1小时购物”消费新阶段。手机下单,坐等居家日用、蔬菜水果、零食饮料等1小时送达,成为众多消费者习以为常的日常生活方式,“随要随买随得”不再只有外卖,消费升级势不可挡。国家统计局数据显示,2018年中国社会消费品零售市场超过38万亿元,网上零售额只有9万亿元。随着电商进入下半场,本地零售成为众多电商平台和实体商家竞相发力的战场,不论全国性连锁商超还是区域龙头,都在加快全渠道布局,发力线上化。超市全渠道风口已至。

对于超市门店,要想服务好来自电商、外卖平台和小程序等多元流量渠道的订单,完成“1小时送达”,相较单一渠道订单,履约难度更是呈指数级增长。风口之下,达达-京东到家率先精准落子,发布“超市全渠道履约”解决方案,通过履约中台+智慧物流系统+定制化的仓拣配一体化履约解决方案,助力实体零售商破解全渠道履约难题。

京东到家搭建全业态商超矩阵,合作连锁商超超200余家

今年的“1020超市狂欢节”,10月15日起到21日,大促持续一周。达达-京东到家携手平台上10余万零售门店,200多家连锁商超,为全国133座城市的消费者提供超市便利、生鲜果蔬等各类海量商品“1小时送达”服务,打造国内超市领域规模最大的线上线下联动购物节。经过五年深耕零售,达达-京东到家已搭建从全国性连锁商超到区域龙头,从大卖场、商超、便利店到高端精品超市的多类型、全业态商超矩阵。除了沃尔玛、永辉、华润万家、家乐福这样的全国性连锁商超,步步高、永旺、7 Fresh、绿地、世纪联华、卜蜂莲花、客隆、华冠、北国超市、家家悦、北京华联、中百仓储等200多家区域龙头都与达达-京东到家达成深度合作,为越来越多的城市居民提供手机下单、足不出户、坐等商品1小时送达的消费升级体验。

加速下沉覆盖133城,打造规模最大线上线下联动超市购物节

除了深化与全国连锁商超的合作,伴随下沉战略,京东到家更加重视区域龙头商超,帮助品牌商加速下沉到三四线城市。“百城万店”长线项目就是达达-京东到家联手区域商超和品牌商,全力打造下沉市场的重要营销策略。截至9月底,京东到家已覆盖133个城市,今年年底将达到150城。四川南充、河南开封、河北张家口、山东潍坊、湖南娄底、广东肇庆、安徽马鞍山、福建宁德、广东湛江等众多三四线城市,9月销售额相比二季度均有翻倍以上增长。今年的“1020超市狂欢节”,京东到家携手平台上200多家优质连锁商超,全力打造下沉市场最大的线上线下联动购物节。主打的“五折”优惠将贯穿始终,半价秒杀、直降5折、买一赠一、满50返50等各种对半折扣方式,以及0元砍价、助力红包、拼手速抢免单等更多互动玩法,将带给消费者实实在在的让利。会员还能享受会员红包、会员特惠等多种专属优惠。