

新闻热评

奖品牌 铸品牌 用品牌

○ 邓昌炉

核心观点:市场经济某种程度上就是品牌经济。实现咸宁绿色崛起,核心是做大经济总量,提升企业竞争力。在经济下行的大环境中,我们尤其要重视品牌建设,人人要强化铸品牌、用品牌的理念。

日前,市政府再次重奖经济发展先进单位,其中奖金最高的是品牌建设奖项:对获得“中国驰名商标”的2家企业各奖40万元,对获得“中国驰名商标”的2家县属企业各奖励40万元(市、县财政各奖20万元)。

对品牌建设予以重奖,体现了市政府抓品牌建设的决心,也折射出我市品牌建设的迫切性。

品牌是企业或品牌主体(包括城市、个人)一切无形资产的总和。谁拥有了品牌,就等于掌握了点金术,产品价格就会大幅提升。如湖北众望科工贸有限公司生产的“众望”牌小麻花,在获得中国驰名商标后,被快速推广到全国各大超市和批发市场,很多超市直接免去了入场费,价格也较同类产品有大幅上涨,并出口到日本、美国、加拿大等十几个国家和地区。

三年前,市政府出台推进品牌建设的意见,对各行各业品牌建设起到了明显推

动作用。据统计,2015年,全市专利授权总量增幅和企业专利授权量增幅居全省市州第一,“中国驰名商标”总数达17件。但是,放眼全国、全省,我市品牌发展数量不够、质量不高的现状不容乐观。据介绍,目前全国平均每10户市场主体就拥有一件注册商标,而我市约40户市场主体才有一件注册商标。

市场经济某种程度上就是品牌经济。实现咸宁绿色崛起,核心是做大经济总量,提升企业竞争力。在经济下行的大环境中,我们尤其要重视品牌建设,人人

要强化铸品牌、用品牌的理念。

品牌建设,创新是前提。要大力实施创新驱动发展战略,热情鼓励一切创新实践,形成大众创业、万众创新、全民创富的热潮。要以科技创新增强竞争优势,以金融创新焕发企业生机,以政务创新激活市场活力,以文化创新增强城市软实力。作为企业,尤其要加大科技研发投入力度、重视科技人才培养,积极开展自主创新,并及时申报创新专利,形成企业品牌。

品牌建设,奖励是推手。要继续优化品牌建设的政策环境,为驰名商标、著名

商标、驰名商标、名牌企业开展进出口业务、申请政策性基金等予以支持。积极开展品牌价值评估及推广,建立政府主导、部门负责、企业联动、媒体支持、公众参与的品牌推广工作体系,开展驰名商标和著名商标、地理标志、湖北名牌价值评估,量化品牌价值,提升品牌美誉度。

品牌建设,使用是关键。有了一个好的品牌,不能让它“藏在深闺人不知”,而应让它如“出水芙蓉人人观”。企业有了品牌,就要准确寻找市场的切入点,综合利用各种传媒,做好品牌营销,不断放大品牌效应,产生经济效益。同时,要做好品牌保护工作,坚决打击一切损害品牌形象的行为,尤其是违法侵权的行为。

总之,对于企业而言,“品牌是公司维持超额利润的唯一途径。”(现代营销之父菲利普·科特勒语);对于城市而言,品牌就是一座城市的名金片。

微言万象

天价鱼

近日,闹得沸沸扬扬的游客在哈尔滨吃鱼被宰上万元的消息,刷爆了网络。一位自称来自江苏常州、名叫陈岩的网友发微博说,春节去哈尔滨过年,被导游带去一家叫“北岸野生鱼村”的饭店,两桌吃了1万多块钱。此事已被认定为一严重侵害消费者权益的恶劣事件。(综合新京报消息)

@Loki:每一次“天价X”的出现必然会引起一场舆论喧嚣,有关部门很多情况下只会迫于舆论压力就事论事地解决。舆论热度总有冷却的时候,“天价X”的新闻标题却频频出现,为何?恐怕还是有关部门只做到治标没做到治本。从这次的哈尔滨涉事渔村饭店就可知,其被消费者埋怨价格昂贵已久。我想,像这样的天价店不止一两家,有关部门与其等“病人”送上门来就诊,不如提前打好预防针,防患于未然。勿让“天价X”再成为节日过后的新闻标题。

@谭敬清:比黑店更黑的,是不承认当地有黑店,而且还振振有词。拿消费者的种种不是来为黑店洗地,试图说明哈尔滨的消费市场并不是那么黑,是掩耳盗铃之举。一味站在地域保护的角度为黑店洗白,倒霉的终究还是地方旅游形象。

新闻快评

为救人快递哥点赞

○ 玫瑰仑

居民楼突发大火,嘉鱼圆通“快递哥”张洋爬上3楼徒手撞开防盗窗,救出火灾中被困女子。此事经本报报道后,引起社会广泛关注。(2月19日香城都市报)

“快递哥”火灾救人的义举,是一个最美镜头,谱写了一曲社会正义之歌,值得点赞。

“快递哥”的义举看似偶然,实属必然。试想,该女子被困3楼阳台,在烈火燃烧的情况下,从地面爬上3楼,随时都面临生命危险,如果张洋不是军人出身,不具有大公无私和不怕困难、勇往直前的精神,就难以做到挺身而出。

在这个多元化的社会里,道德生态一度遭到了破坏,极端个人主义、拜金主义和见利忘义等现象对社会产生了不良冲击,但社会主流的价值观依然积极向上。如今,“快递哥”以自己的凡人善举,为社会树立了榜样,他的行为告诉人们,在他人处于危难或需要救助时,不要当“看客”,不要“绕道走”,而要力所能及给予援助。只有这样,我们的社会才会更加温暖。

漫评天下



警惕“默认消费”

随着移动支付高速发展,手机更像是具备通信功能的“钱包”。但部分服务提供商,利用“默认”设置埋下消费伏笔乃至恶意扣费,引发消费者的不满。作为一片竞争白热化的“红海”,移动端服务商应真正为用户着想,才能以良好口碑赢得企业持续发展。

商春海 作

提现收费

微信团队宣布,3月1日起将对微信的零钱提现进行收费,说是“提现收费是用于支付银行收取的手续费”。有银行人士随即“喊冤”,称“客户想把钱从第三方支付提现到银行来,银行是不会收费的,也从来没有收过费”。(据人民网)

@钱江晚报:微信收费这招,有点人一闻脸就变的样子。这是人们不愿接受的根本原因。而今在支付宝的攻势下,各大银行都向消费者大打免费牌了,微信收费逆向而行,显然不是想寻自己的“短见”,而是在竞争态势下射出去的一支快箭——将用户沉淀在微信账户上的资金努力进行“锁定”,让它们不出账户,在微信支付的功能下实行体内循环。

@小蒋:微信团队这回被认为不厚道,原因是既从广告、资本市场等途径获利,又向受众收零钱提现手续费,并且把责任皮球踢给银行,而银行称压根不是这么回事儿!如果你认为微信只是为了赚那点手续费,恐怕低估了人家的胃口。说到底,微信方面早就不满足于只做你的零钱包,而是要促使你的钞票在微信搭建的消费与支付“帝国”内部流转起来,而不是“外流”。这样的野心或者说雄心确实挺大,但能否实现,还得骑驴看戏——走着瞧。

咸宁新闻网
www.xnnews.com.cn



扫一扫

更多精彩活动和免费礼品等你来