

# 关于加强寒地黑土绿色物产品牌保护的思考

刘春荣

(绥化学院,黑龙江 绥化 152061)

**摘要:**在知识经济时代,品牌不仅是企业的立身之本,而且对区域经济发展具有重要的商业价值。寒地黑土绿色物产是黄金品牌,以绿色产业为核心的寒地黑土经济有着巨大的开发潜力,广阔的市场前景。加强寒地黑土绿色物产品牌保护,对提升寒地黑土经济的竞争优势,使其成为可持续发展的具有区域优势的特色经济,有着巨大的经济意义和法律意义。

**关键词:**寒地黑土;绿色物产;品牌保护

**中图分类号:**D923

**文献标识码:**A

**文章编号:**1002-2767(2010)01-0080-02

## 1 寒地黑土绿色物产品牌的价值考量

品牌是从商标中发展而来,区别于不同商品或者服务来源的名称、符号、标志、设计或它们的组合。它由品牌名称、品牌标志、商标和其它要素4个组成部分。品牌是连接企业和消费者的桥梁,是消费者对产品的属性、名称、包装、价格、历史文化声誉、广告风格有关的全部感受,品牌是一个企业最为宝贵的无形资产,是企业信誉、产品质量的标志。品牌能给企业带来强大的竞争优势和经济财富,无论是对生产者还是对区域经济发展来说都具有重要的商业价值。通过品牌保护,不仅可以保持产品销量的稳定,而且可以提高市场进入壁垒,增强品牌的市场竞争力,维持其市场地位<sup>[1]</sup>。

寒地黑土绿色物产品牌蕴涵着一定的地理特征、资源优势 and 悠久的人文历史渊源。是十分稀缺的生态资源文化的标志,特别是随着社会进步和人们的保健意识、食品安全意识的增强,绿色安全农产品消费成为消费主流。寒地黑土绿色物产具有“寒地黑土”与“绿色食品”双重质量证明商标,是寒地黑土“资源”与质量安全农产品“绿色”有机结合的产物。寒地黑土绿色物产品牌具有证明、担保其产品品质、产地、生产技术、精确度等特定品质的作用。使消费者一见到该品牌及品牌产品,就会相信该商品所具有的绿色生产、安全营养的独特品质。不仅会给消费者带来物质享受,还会给人们带来心理慰

藉和精神安全,在消费者或用户心目中形成美好的记忆。寒地黑土绿色物产形成了一批绿色食品源头基地和龙头企业,在市场上形成竞争实力强大的绿色经济,成为市场经济中的一个亮点。

从黑龙江省经济发展上看,黑龙江省正在全力推进农业产业化进程,农业虽在整个经济结构中占有重要的地位,但受历史自然经济和小农经济的局限,许多由地理环境、自然条件和传统人文因素决定的绿色物产受限制,没有形成产业化、规模化、标准化生产。要实现农产品规模化经营、一体化运作、持续化发展的经营目标,必须依靠农产品知名品牌的参与。加强寒地黑土绿色物产品牌保护,对提升寒地黑土经济的竞争优势,促进农业产业化,使其成为可持续发展的具有区域优势的特色经济,有着巨大的经济意义和法律意义。

## 2 加强寒地黑土品牌的保护路径

### 2.1 丰富品牌的文化内涵

品牌的独特个性能引发消费者对品牌的价值感,而品牌的核心价值是文化,不仅包括物质文化,还有精神文化和制度文化。寒地黑土品牌的使用和营销过程中,要加强人文关怀,充分考虑消费者的消费心理和精神需求,大力开展“绿色你我”“健康你我”等宣传活动,满足广大消费者对食品安全的需求,提升消费者对寒地黑土绿色物产的忠诚度。

### 2.2 实施子品牌组合战略

整合有机食品、绿色食品、无公害食品和特色食品的品牌,把“寒地黑土绿色物产”确立为区域品牌,单个企业、农户的产品确定为寒地黑土品牌的子品

收稿日期:2009-10-13

基金项目:绥化市人文社会科学研究资助项目

作者简介:刘春荣(1976-),女,黑龙江绥化人,双学士,副教授,从事民商法学教学与研究工作。E-mail:lcr0725@yahoo.com.cn。

牌。将品牌特别是一些老牌名品形成系列,不仅可以提高原有品牌的销售量,拓宽销售渠道,还可以减少品牌经营的风险<sup>[2]</sup>。避免品牌寄生和诛连现象,杜绝出现一荣俱荣、一损俱损的情况。同时,也有利于促进企业增强竞争优势,提高自己的产品质量,从而提高整个寒地黑土品牌的信誉。

### 2.3 加强产品品质,保证品牌信用

产品是品牌的基础,产品品质是品牌的生命,直接影响着品牌的信用。要始终把绿色食品的质量放在第一位,保证寒地黑土绿色物产具有的优质、安全、营养、健康的品质,塑造良好的品牌形象,形成品牌优势,增强市场竞争力。协会应出台行业标准,建立质量认证体系,为地域品牌保护提供品质保证,全面建立县、乡、村、户绿色食品基地管理体系,对农户普及绿色食品知识,在品种选择、操作规程、田间管理、施肥用药等方面加强生产技术指导,从源头打牢食品安全的基础。建立健全绿色食品的质量安全保障体系,行业协会和龙头企业牵头组织、制订包括产品原材料、制作工艺、产品品质、企业资质要求、包装规范等一整套标准,严格按照绿色食品规定的质量标准和国际相关质量标准,对绿色食品的生产、加工、包装、运输、销售等各个环节进行质量安全检测,实现从土地到餐桌的全过程“绿色”。使生产、流通、消费形成一种互相依存的紧密关系,促进社会、生态与经济的可持续发展。

### 2.4 加强品牌要素的保护

品牌要素是品牌的延伸,能向消费者传递该产品的性质或该品牌的特别之处及优越之处,使消费者形成一定程度的忠诚度、信任度、追随度。政府要积极引导、支持、规范企业的品牌信用建设,并最大化地创造品牌信用的无形资产。

### 2.5 注重商标注册及商标权的保护

企业的品牌名称和标志要想取得主动有效的保护,最重要的途径就是实现品牌名称向商标名称的过渡<sup>[3]</sup>。品牌的利益、价值和核心能力也只有通过知识产权注册程序才能获得法律保护。企业在推出新产品时,要注重知识产权的及时获得,使品牌名称转换为具有法律意义的商标名称和标志,并注意商标的及时续展,以有效的延续自己对商标的法定权利。并加强对产品的后续监督管理,争取把绿色食品标志定为国家驰名商标,扩大绿色食品知识产权保护的范畴。在品牌经营过程中,发挥绿色食品证

明商标品牌营销优势,大力宣传有关证明商标的基本知识、重要作用、注册和管理办法等,让消费者认识和了解绿色食品,识别和消费绿色食品。善于运用法律手段打击假冒伪劣行为,一旦发现商标被假冒,立即寻求法律支援,及时向商标局提出异议,保护寒地黑土绿色物产品牌的市场美誉,维护市场经济秩序,保护用标企业的合法权益和消费者的切身利益。

### 2.6 充分发挥行业协会的作用,建立地域品牌保护的有效机制

寒地黑土品牌存在着一荣俱荣的巨大收益,也存在着—损俱损的巨大风险。制定知识产权保护战略,开展行业自律,制订行业标准,规范同行业竞争,利用防伪技术等手段打击假冒伪劣产品。据估计,假冒产品在世界贸易中所占的比例在5%~7%,每年将给全球经济带来1万亿美元的损失。依法打击和取缔市场中存在的假冒伪劣产品,保证寒地黑土绿色物产品牌的信誉。对生产过程中粗制滥造、以次充好的行为进行严厉打击。维护产品质量,保护品牌形象。加大寒地黑土商标的宣传力度。加强对商标许可使用企业的监督,鼓励一批专业素质强,法律意识浓厚的企业投入到农产品的经营中去,引导农户的生产、加工,实现生产专业化、管理科学化、产品规模化的特色经济。对严重违反《绿色食品标志管理办法》的企业应及时予以纠正,清理查处,情节严重的可取消标志使用权。

### 2.7 注重域名的保护

域名本身具有惟一性、专用性、无形性、全球性和稀缺性的特点,是互联网时代企业重要的网络资源和无形资产,能够给企业带来一定的经济利益和竞争优势。企业应加强对域名保护的的法律意识,要尽早对企业品牌、产品相关的域名进行注册,以有效地保护企业的品牌,避免域名被抢注。一旦发生恶意抢注事件,可先进行协商,协商不成,则应该尽快采取法律手段来维护自己的正当权益。

### 参考文献:

- [1] 姚作为. 论品牌保护[J]. 南方经济, 2002(8): 62-65.
- [2] 吴幼萍, 段仁元. 企业品牌保护问题研究[J]. 经济问题, 2002(12): 49-51.
- [3] 刘文军. 试论品牌保护的途径[J]. 北方经贸, 2004(6): 22-23.

## 浅析食品供应链风险管理

许福才,蒙少东

(上海海洋大学 经济管理学院,上海 201306)

**摘要:**由于“市场失灵”和“政府失灵”的原因加剧了食品供应链的风险。以食品供应链的风险成因为基础,分析了食品质量安全风险、食品供应链的物流风险、食品供应链的信息风险及食品供应链的制度风险,给出了食品供应链风险评估的方法,提出了相应的风险防范措施。

**关键词:**食品供应链;风险管理;信息不对称

**中图分类号:**TS201.6

**文献标识码:**A

**文章编号:**1002-2767(2010)01-0082-04

风险主要来源于损失事件发生的不确定性,风险的大小取决于不确定事件发生的概率和引发的损失程度。供应链风险,是指由于各种无法预知的不确定因素,使得供应链一个或多个环节的企业遭受损失的可能性。随着以动态形式加盟供应链的企业增多,供应链的结构也日趋冗长、复杂,这种复杂性也加剧了供应链的整体风险。一般而言,供应链风险管理包括风险识别、风险分析、风险评估、风险应对措施等。

食品供应链,指的是从农产品生产资料商、农户或农产品企业、加工商、分销商、零售商及消费者组成的自上而下的供需网络。随着经济的发展,人们对食品品质和数量的要求越来越高,食品供应链作为保障食品品质和安全的

重要环节,如何加强风险管理与防范,是当前必须面临的一项重大挑战。

### 1 市场失灵与政府失灵加剧食品供应链风险

#### 1.1 市场失灵

在现有市场经济不完善的条件下,产权没有清晰界定、市场信誉机制和市场补偿机制不完善,市场没有自动调整食品生产者和经营者之间矛盾的主动性和积极性。按照科斯定理,如果市场的交易成本为零,产权和法律对交易费用没有影响,而在交易费用不为零的市场中,产权清晰界定和法律稳定合理对交易成本有巨大的影响,产权和法律可以给企业家长期投资的未来投资收益预期提供保证。食品供应链中存在很强的信息不对称,很可能出现食品供应商的“逆向选择”和“道德风险”,守法者得不到应有的补偿,失信者得不到相应的惩罚。食品供应链中每个企业的信息不易被其它环节企业获得,或者其它环节企业对信息搜索成本太高。这就使得食品供应商的违法行为不易被发现,促使他们进行投机、

收稿日期:2009-09-22

基金项目:上海市教委重点学科“食品经济管理”资助项目(J50703);上海市食品经济管理重点学科开放基金资助项目(B-8207-07-0005-08-06)。

第一作者简介:许福才(1980-),男,江西临川人,硕士,从事食品安全及供应链研究。E-mail:jacquel63@163.com。

## Thought on Strengthening Protection of the Brand of Green Product in Black Soil of Cold Region

LIU Chun-rong

(Suihua College, Suihua, Heilongjiang 152061)

**Abstract:** In the knowledge economy era, the brand is not only the nature of the enterprise, but also has important commercial value for regional economic development. The green product in black soil of cold region was gold brand properties. The economy, centering on green produce, has much potential in economical development and was promising in market prospect. Strengthen its brand protection to enhance the cold region and black soil economy competitive advantage and make it sustainable development with a regional advantage of the characteristics of the economy, has enormous economic significance and legal importance.

**Key words:** cold region and black soil; green product; brand protection