

用心打好“草原牌”
—专访内蒙古自治区工商局副局长霍武

对话背景：

近年来，辽阔的内蒙古大草原形象发展热浪滚滚。伊利、蒙牛、鄂尔多斯、小肥羊..这一个个被国内甚至国外消费者熟知的品牌，在它们的出生地—内蒙古大草原成长壮大，合营演绎着一首动人心弦的草原长歌。2008年，内蒙古的著名品牌群体遭遇了一次峻厉的考验，这就是乳业品牌的相信危机。所幸的是，蒙牛、伊利凭借自己突出的管理能力和良好的产物质量，在内蒙古自治区政府和广大消费者的有力支持下，坚强地走出了低谷，迎接新的挑战，驾驭发展机遇。

面对未来，尤其是在新的经济形势下，如何继续鼓励形象战略在草原上稳健实验，从而促进内蒙古品牌经济又好又快发展，曾经成为腹地政府和广大内蒙古品牌工厂高度存眷的话题。正是在这一背景下，本报记者与内蒙古自治区工商局副局长霍武睁开了这次对话。

记者：内蒙古强势崛起的品牌群体，可谓近年来中国形象事业发展过程中的亮点。是什么激起了内蒙古形象品牌的集体兴旺，这又为内蒙古经济发展带来了什么效应？

霍武：说内蒙古正在掀起一股形象注册高涨，这一点也不刚直。截至2008年上半年，全区拥有著名形象182件，驰名形象21件，注册形象数量2.4万多件，地舆表记4件。我国平均6000件形象中有1件驰名形象，而在内蒙古，1200件中就有1件。这些成绩的得到，与内蒙古近年来持续推进形象战略密切相关。

如今，在内蒙古各地，形象带动经济发展的事例比比皆是。内蒙古驰名形象总量位居西部地区前列，全区驰名形象工厂的销售额占规模以上工厂销售额的58%。2007年，在内蒙古举办的民族品牌论坛上，国度工商总局局长周伯华对内蒙古工商部门的形象工作给予了高度评估；2008年，内蒙古20多家工厂结缘武汉奥运会。

在农牧业产业化进程中，驰名形象、农副产物形象、证明形象、集体

形象的带动作用十清晰显，先后涌现出一批以形象为龙头带动经济发展的典型。内蒙古21件驰名形象中，18件与农副产物有关。这些驰名形象工厂成为内蒙古农牧业产业化的龙头，有力促进了农业增效和农民增收。据统计，全区农牧民人均收入的三分之一来自农副产物的品牌化、产业化运作。

形象品牌战略的实验不只成就了工厂的辉煌，还使内蒙古大草原这一大品牌“越来越靓。通过多年努力，内蒙古的形象手刺陪同经济结构的调整、优化不断舍旧谋新，实现了从“名牌资源”到“名牌产物”的转变。由绿色大草原托起的草原品牌，已成为内蒙古的财富和骄傲，并正向国外化大步迈进。

记者：三鹿问题奶粉事件对内蒙古的品牌发展有何影响？自治区工商部门又是如何应答的？

霍武：这次事件发生后，对于有“中国乳都”之称的内蒙古，尤其是对占有中国乳制品市场50%以上销量的内蒙古乳业品牌来说，简直迸发了大影响。但令人高商标权转让法律兴的是，到目前为止，我们的蒙牛、伊利能够说凭着优异的产物质量和良好的应答能力，曾经重新赢得了市场的相信。

我们按照国度工商总局、自治区政府的部署和决策，组织执法职员实时开展问题奶制品下架、退市和封存工作，同时严格要求运作者对问题奶制品无条件退货，全力维护奶制品市场的正常秩序，保护消费者正当权益。内蒙古工商系统要求相关生产、销售工厂以及辖区工商部门做到“六专”，即生产工厂专车配送，销售工厂专库管理，库存商品专人管理，卖场设立销售专区，销售地域专人销售，工商职员驻场专管。这些措施增强了消费者的消费决心，有效维护了正常的奶制品市场秩序。

记者：草原资源无疑是内蒙古品牌发展的依托，但地域发展不平衡也是内蒙古经济发展的“短板”所在。自治区工商系统将如何进一步推进形象战略的实验？

霍武：在今后内蒙古的形象战略实验过程中，我们将始终坚持以科学发展观为统领，周全推进形象战略的实验，指导工厂走自立翻新之路，创造天下著名的自立品牌，增长产物的附加值，促进内蒙古经济社会和谐发展。

具体来说，内蒙古工商局将大力推进“三大形象方阵”的建设：第一方阵，继续争创驰名形象，由自治区工商局主抓，制定新的战略规划，确

定今后中长期目标；第二方阵，争创更多的自治区著名形象，由各盟市工商局主抓，结合工厂发展实际，确定今后每年争夺新认定的数量；第三方阵，推进形象注册工作，由各旗县工商局主抓，驻足本地区资源优势 and 特色产业，增长形象注册总量。

我们将重点从以下几方面着手，层层递进，推进形象事业有序开展，打好“草原牌”。一是遍地着花，总量做大。目前，内蒙古形象还存在着发展不平衡的情况，中心城市的形象注册量占全区形象注册总量的70%以上，贫困偏远地区注册量则偏少。今后，我们将进一步加大有关形象知识的宣传力度，充散发挥形象服务职能作用，着力增大形象总量，兼顾提高偏远地区的形象发展程度，促进偏远地区品牌经济的发展。二是驻足产业，优化结构。在国度收回建设新农村、新牧区的号召后，发展特色农牧业被提上日程。我们将依托资源优势，大力指导乳品、牛羊肉、羊绒、玉米、土豆等主导农副产物工厂实验形象品牌战略，着力于推进产业进级、优化产业结构，大力发展培育形象品牌经济；加大力度推进农副产物形象、集体形象、地舆表记证明形象的注册，使形象注册类别不断充盈；进一步加大指导力度，使工厂形象利用、管理的程度再上一个台阶。三是转化优势，促进发展。内蒙古经济发展有三大优势，那就是资源优势、区位优势 and 后发优势。内蒙古工商系统将指导工厂从基础抓起，充分运用形象战略将这三大优势转化为经济发展优势。相信随着形象战略的持续推进，内蒙古的品牌工厂群体将会在辽阔草原上不断成长壮大，放射出更加灿烂的光彩。

本报记者
叶尤刚

内容来自网络，如有不妥请告知删除