

2012年5月18日 星期五
主编 莫文华 统筹 王涛
编辑 沈艳 美编 孙好
组版 崔琛 校对 夏君

安进 江淮新 狼子

支持资本市场 中国人民银行行长周小川：

“我不看好今年的市场，我们要求真务实，产能足够，犯不着去冲数据。”

“我们稳扎稳打，做得更实，数据终归会好看。”

这就好比姑娘生下来不好看，越长越好看，不也很好？”

“一个企业，‘两发’很重要，发钱、发展。”

思维缜密，言语中透着直率、幽默，初次直面江淮汽车新任掌门人安进，让人印象深刻。

今年行业大势不好，江淮汽车如何保持稳定发展态势？进入安进时代的江淮汽车，未来的发展将会走向何方？星报记者对话安进，探索自主品牌前行方向。



详见 B3



中国人民银行行长周小川5月16日表示，央行将加强和证监会以及其他金融监管机构的协调配合，一如既往地支持中国资本市场的改革发展。注重货币政策和金融监管政策的协同效应，为资本市场稳定发展提供良好的宏观、货币、金融环境。

详见 B7

“王老吉”命运的几种可能结局

大腕点金



马光远
经济学博士
经济评论员

广药集团与加多宝母公司鸿道集团关于“王老吉”商标的使用权之争落下帷幕，中国国际贸易仲裁委员会裁决双方之前签订的商标使用补充协议无效，鸿道集团将停止使用王老吉商标。“王老吉”商标的使用权正式回到广药的手中。

“王老吉”商标之争，值得去玩味和思考的东西很多，案例的价值和意义也远远超越了商标权争议。这个案件，对于辛辛苦苦将王老吉从一个传统的没落品牌，做成国内凉茶行业巨无霸的加多宝而言，最大的教训莫过于在双方续签协议的过程中，通过贿赂广药集团前副董事长李益民100万的方式，廉价获得了继续使用“王老吉”商标10年的许可，而这100万行贿付出的代价就是双方的补充协议被宣告无效，直接导致彻底失去了年产值已经高达近200亿品牌的使用权。由此来看，一个企业，不管其

管理如何完善，营销手段和供销体系如何厉害，技术如何先进，但如果不合法经营，诚信经营，将付出惨重的代价。

这个案子的第二个观点是“商标使用许可协议如何签订”的问题。广药委托评估机构对“王老吉”商标进行评估，价值千亿，超过了海尔一举成为中国最值钱的品牌。对这样的评估结果，争议很大，但不管“王老吉”本身值多少钱，在销售收入每年几乎翻倍，目前产值高达近200亿的情况下，每年付给广药的使用费只有区区的几百万。这种巨大的利益分配上的反差，给双方后来的反目埋下了伏笔。应该说，国内企业多年来对自身品牌的价值并不重视，开始廉价转让，等别人把品牌做大了，又后悔眼红。从欧美等国的情况看，很多企业，对于商标的使用许可，为了保护自己的利益，都会把商标

的使用费和企业的经营状况挂钩，而不是一锤子买卖。这样，对于双方的利益平衡是有点好处的。

争议的第三个观点，也是最大的观点，是“王老吉”商标未来的命运如何？“王老吉”品牌已经180多年，但其真正勃兴也只是在广药将其商标使用权转让给加多宝之后。加多宝把一个不知名的品牌，经过数年运营成一个产值高达200亿的大品牌，将一个边缘的“凉茶”这样的饮料，通过技术改造，现代化的管理，以及高超的营销技巧，发展成一个凉茶行业，市场份额高达80%左右的、处于绝对垄断地位的品牌。坦率地说，“王老吉”品牌最值钱的东西并非这三个字，而是这三个字背后加多宝的综合运作能力，这是一个公司综合实力的体现。广药拿走了“王老吉”这个壳，但广药能否复制“王老吉”成功之魂，恐怕并不容易。

未来最大的可能，是中国的凉茶市场，多出一个凉茶巨头“加多宝”，但“王老吉”品牌因为这么多年加多宝的运作，快速衰落的可能也不大。市场竞争格局很可能从“王老吉”一家独大，变成双雄争霸的格局。

需要提醒的是，最近包括IPAD，乔丹体育以及王老吉等有影响力的商标纠纷意味着，改革开放30年的积累，中国已经逐渐从制造大国正在变为“品牌”大国。中国的很多行业的很多品牌已经具备了成为知名品牌的潜力。欧美等国的企业已经从收购中国的企业，开始盯上中国的“品牌”。对于任何一个企业而言，都应该意识到自己企业品牌的价值，切不可学广药贱卖品牌，在签订品牌使用许可时，尽可能的保护自己的利益。否则，在别人享受“凉茶”带来的巨大红利的时候，你只会沦为“打酱油”的。