

我国进出口企业自有商标不到20% PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/31/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E8_BF_9B_E5_c27_31813.htm

11日上午，商务部在中华世纪坛举行“品牌万里行”活动首条线路“东部开放行”出征仪式。活动领导小组组长、商务部副部长姜增伟对记者说，商务部启动这一活动，一是加快转变贸易增长方式，二是推动改变我国品牌落后面貌，三是扩大国内消费、满足人民群众生活的客观要求。姜增伟说，目前，我国各类进出口企业中拥有自有商标的不到20%，全国自有品牌出口额在出口总额中的比重不足10%。而2005年美国拥有世界品牌500强中的249个。没有品牌做龙头，就必然处在国际分工的低端，在国际竞争中只能赚取廉价的血汗钱。通过“品牌万里行”活动，逐步培育一批国内畅销、国际竞争力强的自主品牌，有利于提高我国在全球贸易中的品牌竞争力和产品附加值，进而有利于推动贸易增长方式的转变。他说，总体上看，我国品牌发展还处于起步阶段，知名品牌数量少，品牌生命周期短，自主创新能力弱。2005年世界品牌500强中，我国仅有海尔、联想、CCTV和长虹四个品牌入选。我国每年即使新增上万个品牌，但能够生存发展并形成较大影响力的品牌并不多。中国企业的平均寿命只有7.3年，品牌的生命力平均不足两年。通过“品牌万里行”活动，组织开展一系列品牌评价、促进、推广和保护活动，唤起和提高全民品牌意识，全方位、多层次地推动自主品牌发展，力争到2010年，自主知名品牌的国内市场份额和出口比重显著提高，形成一批进入世界品牌500强的自主品牌，初步改变我国“制造大国、品牌

弱国”的面貌。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com