



香港文匯報訊（記者 和向紅）如同一隻絢麗的孔雀在七彩大地上展屏，23個現代化展館依次在滇池東岸顯露雄姿，一期工程即將收尾的滇池國際會展中心進入了第3屆中國—南亞博覽會暨第23屆中國昆明進出口商品交易會會展工作的衝刺階段。據悉，相關的招商、招展與周邊區域的建設與提升改造工程也在加緊進行中，今年，香港貿發局等機構將設專題展位進行參展、參會、交流。



■ 新建的滇池國際會展中心可提供6000多個展位，圖為中心規劃圖。

雲南正全力籌辦「南博會」

印度擔任主題國 香港組團參展

第3屆中國—南亞博覽會暨第23屆中國昆明進出口商品交易會，定於6月12日至16日在昆明舉行，印度擔任第3屆南博會主題國和第10屆中國—南亞商務論壇輪值主席國。本屆展會的舉辦地昆明滇池國際會展中心可提供6000餘個標準展位，將為更多企業和商家展示自我、促進交易提供更加優質的服務。

南博會：推進「一帶一路」的合作平台

國家發展改革委、外交部、商務部聯合發佈的《推動共建絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路的願景與行動》明確，雲南是面向南亞、東南亞的輻射中心，要發揮雲南區位優勢，推進與周邊國家的國際運輸通道建設，打造大湄公河次區域經濟合作新高地。商務部副部長房愛卿

指出，舉辦中國南博會是加快推進21世紀海上絲綢之路建設、促進地區繁榮發展的一項重要舉措。外交部副部長劉振民在北京舉行的南博會推介會上向南亞、東南亞以及歐洲、非洲等31個國家的外交官介紹稱，雲南與南亞、東南亞多國鄰近，是最早也是最積極開展同周邊國家交流的省份之一，相信有各國的積極參與，南博會的規模和水平會不斷提高，成為中國與周邊乃至世界增進交流合作、實現互利共贏的盛會。而雲南省委書記李紀恒也透露，通過2013、2014年連續兩屆南博會的成功舉辦，基本實現「搭建一個平台，實現互利共贏」的目標，呈現出由「貨物貿易」向「服務貿易」、由「進出口貿易」向「雙向投資」、由「線下」交易向「線上」交易延伸的良好態勢，南博會在政治、經濟、外交、人文等方面日益顯現出重要的平台作用。

印度擔任今年主題國

印度是本屆南博會主題國和第10屆中國—南亞商務論壇輪值主席國。4月中旬，雲南省長陳豪率政府代表團對馬爾代夫和印度進行了工作訪問。此間陳豪拜會了馬爾代夫總統，外交部、經濟發展部、旅遊部部長和印度外交部國務部長，與西孟加拉邦財政部、印度工商聯合會、西孟加拉邦中小企業部、南盟工商聯合會、印度出口組織聯盟、印度商會、印中促進合作中心負責人進行會談，並出席了雲南省商務廳在印度加爾各答舉行的中國雲南—印度經貿推介會。推介會上，滇印雙方簽署了南博會招展組展協議和經貿合作協議。

陳豪在中國雲南—印度經貿推介會上建議滇印企業交流實現常態化，推動雙邊經貿合作與發展。組織企業參加在對方境內舉辦的展覽會、交易會、博覽會等，充分利用產

品展會、交易會和博覽會等平台，深化相互了解，加強雙邊合作和交流。加強產業合作，進一步推動雲南與印度企業間的交流與合作。多開闢旅遊航線，擴大雙邊合作。

邀請名企商參會

作為主辦地，雲南各地正抓住南博會「客商雲集、項目聚集、資金富集、眼球密集」的契機，挖掘自身潛力，加大推介力度，切實抓好招商招展工作。相關方面已經有針對性地赴南亞東南亞國家、京津冀、長三角、珠三角等地開展產業招商，力爭邀請更多的國內外城市、知名企業家、商協會領袖，以及世界500強、中國100強企業參展。來自雲南省招商信息顯示，一季度雲南省招商引資形勢趨好，共引進外來投資1188億元，同比增長14%。其中高原特色農業和交通運輸業招商引資保持快速增長，信息、石化等產業招商引資出現新的亮點。泛珠三角內地8省區、西南5省區對雲南的實際到位資金較去年同期大幅增長。



■ 正在建設中的會展中心。

文匯報

WEN WEI PO
www.wenweipo.com

政府指定刊登有關法律廣告之刊物
獲特許可在全國各地發行
2015年4月
28 星期二
間有陽光 早有薄霧
乙未年三月十八日 氣溫 23-30°C 濕度: 65-95%
港字第23791 今日出紙3疊16大張 港幣7元

雲南專遞 (第345、346期)

顧問：趙金
主編：李貴
副主編：吳靜波 田虎青
法律顧問：周文嘔
律印及承印：香港文匯報有限公司
地址：香港仔田灣海旁道7號興偉中心2-4樓
主辦：雲南省人民政府新聞辦公室 香港文匯報
(香港)特刊部
電話：(852) 28730888
傳真：(852) 28733656
(昆明)編輯部
地址：雲南省昆明市青年路118號雲龍閣4樓
郵政編碼：650021
電子信箱：wwwynfs@163.com
電話：(8671) 65115531 傳真：(8671) 65110073

中國—南亞博覽會

主題：「親誠惠容、合作共贏」

時間：6月12日—16日

地點：滇池國際會展中心

規模：室內展覽面積達12萬平方米，6000個標準展位。除印度主題館及印度精品展區外，共設南亞館、東盟館、台灣館、境外館、省外館、雲南館、機電館、品牌館等12個展館。

同期還將舉行第10屆中國—南亞商務論壇、第13屆東盟華商會、第7屆GMS經濟走廊論壇、第3屆中國—南亞智庫論壇、2015中國—南亞東南亞藝術周和經貿推介洽談簽約等活動。



地理標誌 擎起「雲」系列特色產業

雲南省工商行政管理局副局長李哈日前介紹，截止2014年底，雲南已擁有地理標誌商標120件。「地理標誌商標已成為雲南打造『雲系列』特色農產品品牌，促進農業增效、農民增收、農村發展的抓手。」

■ 香港文匯報記者 丁樹勇 昆明報道

地標蘊特色

李哈說，雲南已核准註冊和初步審定的120件地理標誌商標中，113件屬特色農產品商標，涵蓋了雲茶、雲牧、雲果、雲藥、雲煙、雲菜、雲花等特色優勢農業資源和大部分特色農產品。

雲南地理優勢獨特、氣候特點突出、物種資源豐富，地理標誌資源豐富。然而，雲南地理標誌商標的「井噴」式發展僅是最近幾年的事：2007年以來增加了110件，而去年一年就新增了36件，地理標誌



■ 申報使用了「石屏豆腐」地理標誌商標後，吳勇的門店發展到20多家，產品還遠銷北京、上海、成都等地。

商標總量躍升至中國第八位、西部第三位；從省內的情況看，16個州市中，除迪慶外都已擁有地理標誌商標，最多的紅河州達19件，最少的怒江州也有2件。

品牌興產業

在李哈看來，商標是品牌的最佳載體，使用地理標誌商標的特色產品比一般產品更能得到消費者的認同和青睞。

李哈的看法亦得到了吳勇的證實。2000年，準備大幹一場的吳勇投資150萬元興辦石屏虹豆製品廠，僅生產車間就佔地4000平米，建成了符合國家食品生產標準的豆製品生產線。吳勇之所以看好這個項目，是因為並不以石膏或鹼水點製、而由天然井水點製的石屏豆腐又軟又香且無豆腥味。然而，令吳勇沒有想到的是，其產品在銷售時因常常被消費者質疑為假冒品，而需要不停地解釋或請消費者品嚐，銷量也不盡如人意。

轉機出現在2013年，吳勇申報使用了「石屏豆腐」地理標誌商標後，市場銷售實現了跨越式發展。「有了地理標誌商標，最直接的效果是獲得了消費者的信任。」目前，吳勇的門店已發展到20多家，其產品除在雲南市場暢銷外，還遠銷北京、上海、成都等地。而吳勇所在的石屏縣，也先後投資26883萬元，建起了豆製品特色產業園區，豆製品加工成為該縣支柱產業之一。

李哈表示，部分運用較好的地理標誌商標，其品牌附加值大幅提升，產業集群初現規模。截至2014年，雲南已使用註冊商標的地理標誌產業，年產值達519億元，為註冊前的2.98倍；年銷售額437億元，為註冊前的2.8倍；年利潤達到104億元，為註冊前的2.78倍。

產業富百姓

雲南的地理標誌商標中，絕大部分屬特色農產品商



■ 安寧八街的玫瑰名氣不小。 丁樹勇攝

地理標誌驅動「九紅」品牌

「憑藉地理標誌商標這張名片，紅河哈尼人家的梯田紅米走出了大山，走上了人們的餐桌；「蒙自過橋米線」的傳說吸引了越來越多的遊客；悠悠古窯燒出了「建水紫陶」的美韻流長。」談及地理標誌對產業的推動作用，紅河州副州長聶明難掩興奮。

豐富的土地資源和得天獨厚的自然條件，明顯的區域特色和獨具魅力的人文特徵，加上悠久的歷史文化，孕育了許多具有紅河地理標誌特徵的名優農特產品。目前，紅河正加快發展紅煙、紅酒、紅果、紅菜、紅木、紅米、紅藥、紅糖、紅畜為主體的「九紅」特色產業，而地理標誌商標的培育與使

用，成為「九紅」產業發展的驅動引擎。聶明介紹，紅河培育和發展的19件地理標誌證明商標中，涉水果產業7件、蔬菜產業3件、豆製品產業2件、畜牧業1件，紡織纖維原料產業1件；而農產品產值超過2億元以上的已佔8件，最高的已達6億元。憑藉地理標誌這個特色品牌，蒙自石榴、開遠蜜桃、建水酸石榴在銷往內地各省市區的同時，已遠銷越南、老撾、馬來西亞、新加坡、緬甸、泰國等東南亞、中東國家和地區；蒙自過橋米線北上首都、東至上海、南達香港，遠至美、德、法等國。

標，通過品牌化運作，帶動農業增效、農民增收的效應逐步釋放。

雲南省工商局提供的一組數據表明：地理標誌產業從業農民的收入比註冊前普遍增長20%以上。「蒙自石榴」種植農民年均收入達5765元，較註冊前增長2.5倍；「大姚核桃」的價格從2009年的每公斤22元上漲至2014年的每公斤41元，大姚縣農民出售核桃總收入6.78億元，主產區三台鄉農民人均核桃收入達到了1.2萬元。

不僅如此，地理標誌商標的註冊使用，還促進了農業產業化發展、提高了特色產品的市場競爭力、增加了農產品出口。目前，雲南已有地理標誌產品龍頭企業304個，從業人員1466萬人，專業合作社898個，並帶動了生產、加工、物流等上下游產業鏈的發展，形成了「一業興、百業旺」的格局；而地理標誌特色產品通過商標品牌運作，附加值顯著增加，溢價水平大幅提高，市場競爭力增強。據不完全統計，雲南已註冊商標的地理標誌產業，2014年產品出口100多個國家和地區，年出口量達到30.9億元，創匯13.3億元。