

中企成世界盃最大「金主」

提升品牌影響 進軍國際市場

香港文匯報訊 據中新社報道，2018年俄羅斯世界盃開賽在即，在這場沒有中國隊參與的足球盛宴中，卻不乏中國元素。據市場研究機構Zenith統計，2018年世界盃期間各國企業投入廣告費用總計24億美元，其中又以中國企業廣告支出最多，達到8.35億美元，是美國（4億美元）的兩倍多，更遠高於東道主俄羅斯的6,400萬美元。中國企業豪擲巨資，成為本屆世界盃大「金主」之一，既是企業實力提升的突出表現，也反映出其國際化發展的新方向。

查閱本屆世界盃各級贊助商名單可以看到，7家中國企業名列其中：萬達位居國際足聯7大頂級贊助商之一；海信、蒙牛、vivo佔據本屆世界盃官方贊助商一半以上名額；雅迪電動車、VR公司指點藝境、帝牌男裝則是本屆賽事亞洲區域贊助商。

贊助大型賽事 產品銷量激增

由於體育賽事對速度、激情、動力的運用和展現，可以在潛移默化中傳遞品牌形象，體育營銷一直受到全球企業青睞。尼爾森數據顯示，近年來全球各大品牌體育贊助費用保持高速增長，已經從2010年的350億美元增至2017年的620億美元。

尤其對不少中國企業來說，「有產品、沒品牌」導致其長期在國際競爭中處於下風。通過贊助世界盃、奧運會、歐洲主流足球聯賽等高水平體育賽事獲得較高品牌曝光度，是這些企業實現全球化營銷的重要途徑。

以海信電視為例，其產品廣告將出現在本屆世界盃場地LED及全球統一電視直播比分彈窗上。據透露，相關贊助費用近億美元。海信方面稱，此舉意在加速國際品牌影響，加快國際化進程，提高全球佔有率，獲取更大品牌溢價。

海信之所以重金「押寶」世界盃，是因為其嚮往借大型賽事營銷的「甜頭」。海信總裁劉洪新介紹說，作為2016年歐洲盃足球賽頂級贊助商，借助全球電視直播和其它媒體大量曝光，當年二季度海信產品在歐洲市場銷量環比激增65%。

對於中企走向國際市場面臨的品牌認知度難題，中國視頻監控行業領軍企業海康威視副總裁鄭一波深有體會。他表示，國際消費者對中國品牌的固有印象仍停留在低端產品，「即使我們產品的性價比與全球一流企業相比毫不遜色，但在品牌知名度方面仍相距甚遠」。

去年，海康威視宣佈成為荷蘭足球老牌勁旅阿賈克斯俱樂部的官方贊助商，將為該球隊訓練基地提供基於深度學習算法的智能攝像機服務，用於實時訓練指導、戰術分析等。此舉被看作海康威視提升品牌國際化程度，進軍體育產業的重要舉措。

加大海外併購 助提軟硬實力

事實上，借世界盃等體育賽事加大全球化營銷力度，只是近年來中國發力企業品牌建設的冰山一角。中國與全球庫發佈的一份報告顯示，中企近年來不斷加大對外投資併購的最主要驅動力之一就是「提升品牌」。中國官方也於去年起設立「中國品牌日」，着力推進自主品牌發展。

經濟學家宋清輝認為，中國已經開始重視品牌創建，這有利於激發企業創新創造活力，提升品牌產品品質，實現品牌增值，形成有競爭力的自主品牌優勢，國際競爭力水平有望進一步提升。

可以預見，未來中企在國際化發展道路上，將更有意識地通過打造全球知名品牌、併購海外知名品牌等多種方式，在提升產品「硬實力」的同時打造品牌「軟實力」，繼續向價值鏈高端延伸。



2018年俄羅斯世界盃不乏中國元素。圖為2018年俄羅斯世界盃吉祥物及其衍生品亮相江蘇南京新街口藏寧體育商店。

十萬小龍蝦「征戰」俄羅斯

在中國，小龍蝦銷量持續攀升，已經售出的7,500萬隻小龍蝦成為俄羅斯世界盃的最佳「暖場」，這是阿里巴巴集團昨日披露的最新數據。



世界盃版小龍蝦搭乘中歐班列前往莫斯科。

來自內地網上訂餐平台「餓了麼」的數據顯示，臨近世界盃，用戶平均夜宵點單時間已經推遲了18分鐘，這被網友認為是在「調時差」。小龍蝦的熱銷甚至已經引起相關研究機構關注，被他們稱為「衡量城市新零售經濟發展水平的重要指標」。

搭乘中歐班列 全程冷鏈恒溫

此外，阿里巴巴農村淘寶與中國農發集團鮮天下聯合打造的10萬隻世界盃版小龍蝦，還搭乘中歐班列前往莫斯科。

「小龍蝦配啤酒」不僅是很多中國球迷的標配，也是很多國外球迷最喜歡的看球方式。據了解，俄羅斯世界盃期間，這些小龍蝦將通過當地商家進入莫斯科線下渠道，成為球迷美食。這也是農村淘寶推出「畝產一千美金」計劃後，首次助力中國

農貨品牌出海，提升中國農產品在海外市場的競爭力。

據悉，此次「征戰」俄羅斯世界盃的中國小龍蝦產自湖北荊州。作為中國國內主要的小龍蝦產地之一，當地水質保證了小龍蝦的肉質鮮嫩，同時農村淘寶從供應鏈源頭進行了品控升級。為了保證品質，此次「出海」的10萬隻小龍蝦全程冷鏈，用於裝載的貨櫃配備了全程電力控溫系統，箱內溫度將恒定在零下18攝氏度。

「這些小龍蝦在國內已經是加工成熟的製品，當地消費者只要加熱5分鐘，就可以吃了。」中國農發集團鮮天下總經理蔡鑫表示，不同於中國國內消費者偏愛麻辣口味，歐美消費人群更多用奶油和芝士烹製，為此，「出海」的中國小龍蝦除了一部分麻辣口味之外，還烹製了蒜香、十三香等不同口味。

中國快遞業發力「運全球」

香港文匯報訊 據華社報道，高效便捷的快遞，是中國服務業的一張名片。近日，多家快遞企業接連公佈重要舉措，加快國際網絡建設。從「運全國」到「運全球」，國際化成為快遞業主要拓展方向之一。

在美股上市的中通快遞11日表示，將與土耳其航空、太平洋航空聯手成立合資公司，整合各自優勢資源，佈局開拓全球航空運輸服務。

按業務處理量計算，中通是目前中國市場份額最高的快遞公司，日包裹量高達2,800萬件。根據協議，新成立的合資公司總部設在香港，將提供各類門到門的物流業務，包括攬收、揀貨、運輸、收發、快遞和最後一公里的配送。

在與航空公司聯手之前，阿里巴巴、菜鳥宣佈向中通投資13.8億美元（約合人民幣88億元），持股約10%。雙方合作的重點之一，就是加快全球業務拓展。

無獨有偶。A股首家快遞上市公司圓通速遞近日公佈稱，將聯手菜鳥網絡、中國航空在香港國際機場建設一個投資百億級

的物流樞紐，為構建全球72小時必達的物流網絡提供有力支撐。

根據圓通速遞的公告，由三家公司組建的聯合體，成功中標了香港國際機場高層物流中心發展項目，預計2023年建成並投入使用，屆時每年可處理數千萬件的跨境電商包裹。

加快「出海」步伐 尋求新增長點

快遞業為何加快「出海」步伐？尋求新的增長點是一大原因。國家郵政局統計顯示，2017年中國國際/港澳台快遞業務量完成8.3億件，同比增長33.8%，而行業整體增速為28%。

「快遞企業走出去的戰略目標是搶抓跨境電商物流的機遇。」申萬宏源研究員王立平表示。阿里研究院測算，2020年跨境電商零售交易額將達到3.6萬億元人民幣，年均增幅約37%。

「新零售在中國本土的創新和全球化的拓展，使得中國快遞物流行業正迎來新一輪發展機遇。」中通快遞董事長賴梅松說，中通積極開拓國際市場，目前在美國

設有3個中轉倉，在德國、法國和日韓等地也有佈局。國際業務日益成為企業未來的重要增長點。

為全球消費者帶去更好的快遞物流服務，也是企業出海的一大動力。在時效和性價比方面，中國快遞業已經做到了世界領先。從在阿里速賣通平台下單，到收到自己買的裙子，莫斯科姑娘娜塔莎只花了5天時間，這讓她感到十分驚訝。

娜塔莎的體驗，來自菜鳥網絡今年3月開通的首條國際定期電商航線，這條航線顯著縮短了中俄市場的包裹送達時間。今年5月，菜鳥又開通香港直飛比利時的洲際航線，將面向歐洲的物流時效普遍提升至5天左右。

監管部門對中國快遞業的走出去持積極態度。《快遞業發展「十三五」規劃》提出，鼓勵重點快遞企業以服務跨境電商、伴隨國內企業境外發展等為契機，銜接境外物流體系，構建立足周邊、覆蓋「一帶一路」、面向全球的跨境寄遞網絡。

雖然前景向好，但快遞企業的走出去也面臨諸多挑戰。比如全球網絡佈局剛剛起



中通快遞上海轉運中心，工作人員在分揀快遞包裹。

步，在海外市場服務容易斷鏈。航空運力不足，僅順豐、圓通等少數快遞公司有貨運航空。此外，在末端配送方面，中國快遞業多採用加盟模式，而發達國家快遞市場基本是直營模式，這意味着開拓市場的成本會較高。

中國物流學會特約研究員楊達卿認為，快遞物流的智能化、全球化等需要大量資金投入，期待全行業攜起手來，打通上下游、共建生態圈。

香港文匯報訊 據中新社報道，中國國家知識產權局知識產權發展研究中心昨日在北京發佈《2017年中國知識產權發展狀況評價報告》（下稱報告）稱，中國知識產權發展水平穩步提升，目前已位居世界中上游。

這份最新出爐的中國知識產權年度報告，通過比較包括經濟合作組織（OECD）的34個國家、金磚五國和新加坡在內40個國家的知識產權發展狀況顯示，中國知識產權發展水平穩步提升，已位居世界中上游，與知識產權強國的差距進一步縮小。同時，中國知識產權發展狀況世界排名提升迅速，從2012年到2016年，中國排名從第19位提升至第10位，知識產權發展的總體水平尤其是知識產權的保護運用水平快速提升。

該報告還指出，2017年中國知識產權創造、運用、保護、管理和服務等各方面工作都取得明顯進展，知識產權綜合發展呈現創造發展水平提升加速、運用發展水平增速放緩、保護發展水平穩中有升、環境發展水平進步明顯等四個特點。

知識產權環境待改善

當天發佈會上，國家知識產權局知識產權發展研究中心主任韓秀成回答媒體提問時表示，從知識產權發展指數來看，中國優化營商環境的工作有了很大進展，但是橫向對比來看，卻仍然不樂觀。

他指出，在報告選取的40個國家的樣本中，雖然中國知識產權能力排名第4位，但中國知識產權環境指數排名第29位，處於相對比較落後的位置，出現能力和環境的嚴重不匹配。「可以說，知識產權環境仍然是制約中國知識產權事業以及中國經濟社會發展的重要因素。在全社會建立尊重知識產權、敬畏知識產權的文化還有很長的路要走。」



發佈會現場。

高考爭議題 十省:A或B均給分

香港文匯報訊 據澎湃新聞報道，針對2018年高考使用全國I卷理綜第8題（選擇題）出現「兩個正確答案」一事，6月11日晚至昨日上午，使用該套試題的河南、河北、江西、湖北、湖南、福建、廣



針對今年高考存在爭議的考題，10省份發佈公告稱，選A或B均得分。圖為山西考生走出考場。

東、安徽、山東、山西10個省份，已全部發佈公告，稱單選答案「A」或「B」都得6分。

昨日一早，湖南省教育考試院發佈公告稱，經學科專家組評議認為，該省使用的2018年高考理綜綜合試卷第8題試題「本身沒有問題，但不同群體從不同角度對試題的B選項有不同理解，綜合各方面意見，同時考慮到高中教學實際，經研究決定，對該題單選A或單選B的均給6分。」

山西省招生考試管理中心一名工作人員昨日上午表示，已注意到全國I卷理綜第8題出現爭議情況，相

關部門正在予以研究。此後不久，該中心在官網上發佈公告，稱「考慮到高中教學實際，我省評分細則中明確對該題單選A或單選B選項均給6分」。

據悉，該題目為單選題，分值6分，各省教育考試院給出的參考答案為A選項，但多位家長和學生表示，該題目下的B選項「同樣是錯誤的。」

專家:題目不夠嚴謹

根據高中生物知識，A選項中的「果糖」為單糖，所以A選項帶有明顯錯誤。但B選項中的「酶」在高中生物課本中被描述為「酶是活細胞產生的具有催化作用的有機物，其中絕大多數酶是蛋白質」。此外，極少數酶為RNA（核糖核酸），這意味著並非所有酶都是蛋白質，因而部分學生及家長認為B選項的表述也存在問

題。

對於這道引發熱議的考題，昨日，北京林業大學生物科學與技術學院副院長高瓊表示，這道題出得確不夠嚴謹，B答案確實是忽略了RNA，如果表述成「大部分是蛋白質」更好些。高瓊同時表示，出題專家全封閉入關命題壓力較大，也是不容易的。

合肥工業大學化學與化工學院副教授劉昆表示，酶是一種生物催化劑，主要包括兩種，一種是單純酶，一種是結合酶。其中單純酶主要是蛋白質；結合酶主要是由蛋白質加上輔助因子構成的。所以B的說法是片面的，是錯誤的，這道題的CD選項沒有問題。在他看來，A和B兩個選項，都存在錯誤，所以在選擇的時候，A和B都應該選。A和B都應該是正確答案。