



商标力量 品牌郑州

“即使我的工厂被大火毁灭，即使遭遇到世界金融风暴，但只要给我留下可口可乐的配方，我还能东山再起，还能重新开始，因为可口可乐的品牌作用。”可口可乐总裁道格拉斯·达夫特曾多次这样表示，这体现了商标的巨大力量。

商标作为知识产权三大支柱权利之一，是知识产权中最外部、最贴近市场的部分。市场会对企业的品牌投入给予最直接、最敏感的反应。

2010年，郑州市成为首批国家商标战略实施示范城市，商标战略由部门行为逐步上升为政府行为。“十二五”期间，培育一批驰名、著名商标，既是我市全力服务科学发展，推动经济发展方式加快转变的有力抓手，也是提高企业自主创新能力和核心竞争力，建设创新型郑州的必然要求。

打造一批“郑州创造”，不仅仅是我市经济发展的必然要求，也将为树立城市品牌、彰显城市影响力书写浓墨重彩的一笔。今日，郑州市工商局、郑州晚报社以8个版重磅推出“商标力量、品牌郑州”特刊，希望以此为品牌郑州的建设鼓与呼。



策划 石大东 岳希忠
 统筹 程玉峰 陈传建 张新彬
 执行 辛晓青 智改宪 卢培天
 李丽君 上官亦民 胡审兵