

# 商会通讯

第 5 期

安徽省合作交流办公室

2014 年 2 月 21 日

---

## 加快实施品牌战略 推动发展转型升级

——关于深入推进我省品牌战略的调研报告

当前，我省正处于破解深层次矛盾和问题、加快经济发展方式转变的关键时期，迫切需要实施品牌战略、发展品牌经济，推动发展方式由外延扩张型向以创新支撑、品牌制胜的内涵集约型转变，更好地推进美好安徽建设。

### 一、我省品牌发展现状

一是品牌数量不断增加。目前，全省拥有有效注册商标 11.7

万件、中国驰名商标 117 件、省著名商标 1654 件、地理标志证明商标 46 件和省专业商标品牌基地 36 个，商标申请量、注册量增速连续 3 年保持在 20% 以上。

二是知名品牌不断涌现。目前，有效期内的安徽名牌达 1269 个，涵盖化工、机械等近 20 个行业。拥有出口名牌 86 个，自主创新品牌示范企业 44 家。全省 5A 级旅游景区 7 家。25 家企业被商务部认定为“中华老字号”。涌现出奇瑞、江淮汽车等一批知名品牌。

三是品牌效益不断提升。2012 年，“安徽名牌”产品工业总产值超过 7000 亿元，单个产品平均销售收入近 5 亿元，名牌产品生产企业以不到全省规模以上企业总数 6% 的比例，贡献了 50% 以上的工业产值、30% 以上的利润和近一半的税收。

四是品牌工作不断加强。自 2011 年起，省政府和各市相继开展质量奖评选活动；我省成为商务部首批品牌促进试点省份之一；先后制定了著名商标认定保护条例、安徽省名牌管理办法，实施了商标战略、技术标准发展战略，出台了质量发展纲要、旅游品牌建设规划、茶叶品牌建设意见等。

但与此同时，我省品牌发展还存在一些突出问题：

一是品牌意识不强。主要表现在：思想认识还不够到位；基础工作还有待加强；培育品牌的自觉性不高；品牌推广、运营和维护的主动性不高、能力不强。

二是品牌数量不多。目前，全省注册商标总数刚刚突破 10

万件，只有山东的 1/3、江苏的 1/4。全省拥有中国驰名商标数只占全国的 2.6%，仅相当于上海的一半，山东、江苏、浙江的 1/5 左右。全省中国驰名商标与注册商标比例为 1：906，远低于江苏的 1：874、山东的 1：630 和湖南的 1：497。

三是品牌实力不大。总体上品牌散、规模小、档次差，技术含量和附加值低，在国内外市场知名度和认可度不高。2012 年，在美国世界品牌实验室编制的“世界品牌 500 强”中，我省无一入选；“中国 500 最具价值品牌排行榜”中，我省仅有海螺等 6 家企业上榜。

四是品牌结构不优。我省驰名商标发展不平衡，在三次产业中分别为 39、73、5 个，商业服务业、高新技术产业、创意产业等新兴领域的品牌建设滞后。从地域分布看，呈现南强北弱的格局。

五是品牌政策不力。调查表明，现阶段政府在品牌建设方面政策措施不够有力。40%的企业认为缺乏品牌建设扶持政策，26%的企业认为缺乏品牌激励政策，20%的企业认为品牌保护和监管不足，27%的企业认为当地政府品牌推广力度不足，46%的企业认为人才培育和引进机制不完善，24%的企业认为产业配套、公共基础设施不完善，40%认为缺乏公共服务平台。

六是品牌机制不顺。省级层面品牌战略发展的文件和规划尚未出台，品牌建设缺乏顶层设计和协调推进的机制。各相关部门都在评选自己的品牌，有的交叉重叠。此外，还缺乏权威品牌评

价机构、高层次品牌运作人才。

## 二、大力实施品牌战略的意义

一是遵循经济发展规律的必由之路。当前，商品经济已经从产品经营型、资本运营型发展到了品牌运营型的阶段。市场竞争由低成本竞争逐步转向品牌、创新等知识产权的竞争。据研究，世界上 10% 的国际知名品牌占据了近 60% 的市场份额，品牌几乎成了消费者做出选择、决定购买的唯一依据。这种新的变化和新的形势，迫使我们必须走品牌发展之路。

二是提升企业竞争能力的关键途径。品牌是企业核心竞争力和商业信誉的重要载体，是企业市场竞争的锐利武器，是抵御市场波动的保障。只有建立在品牌基础上的企业，才能有持久的发展。

三是壮大区域经济实力的强大引擎。区域经济竞争实质是品牌竞争，通过品牌，发达国家树立了自己的形象，牢牢控制着国际市场；沿海发达省市通过实施品牌战略，品牌经济、品牌城市迅速崛起。

四是转变经济发展方式的内在要求。培育品牌的过程，就是市场和资源向品牌产品和企业集中，推进经济结构调整升级的过程。据统计，美国 GDP 中 60% 的部分来自于品牌产业创造的价值，而我国只有不到 20%，亟需把战略重点放在科技创新上，放在品牌产业发展上。

五是各国推动经济发展的通行做法。纵观世界各国，在经济



发展的关键时期，政府以提升质量和培育品牌为切入点，强化激励引导，推动国家富强和民族振兴，是一个普遍规律。美国、德国、日本、韩国、新加坡均实施区域品牌战略经营。美国、欧盟、巴西、印度等 88 个国家和地区均建立了国家质量奖。一些发达国家还建立起了品牌价值评价和提升体系。

六是抢抓机遇加快崛起的重大举措。党中央、国务院高度重视品牌建设，把以品牌为重要内容的知识产权战略作为与科教兴国和人才强国战略相并列的三大国家战略之一。党的十八大报告、国家“十二五”规划和《质量发展纲要》，都对加强品牌建设工作提出了明确要求。

### 三、努力打造品牌安徽的举措

第一，进一步完善品牌推进机制。抓紧研究制定覆盖全省的《品牌发展战略规划》，明确发展目标、布局、路径和政策，有重点、有层次、有步骤地推进。一是更加突出品牌战略地位。把品牌发展作为关系全局的重要战略，纳入党委政府的建议、决定和规划，贯穿到经济、社会、文化发展的各个领域。进一步提高省政府质量奖规格，比照安徽科技奖，由党委政府主要负责人颁奖，更好地激励引导全社会质量品牌意识。二是梳理整合品牌创建体系。建立以商标为基础、省政府质量奖为龙头、安徽名牌和安徽著名商标为支撑的品牌体系，涵盖各有关部门正在开展的出口名牌、中华老字号、旅游品牌等评选。三是建立部门协调推进机制。建立政府统一领导、相关部门和单位分工负责的品牌战略

领导与服务工作体系。抓紧建立省品牌战略推进领导小组或工作联席会议制度，统筹推进品牌的培育、管理和宣传等工作。将品牌建设工作业绩作为评价地方经济工作的一项重要内容，加强考核推进。四是加强品牌政策理论研究。促进产学研合作，加强品牌研究、咨询和评价，完善品牌评价体系、评价方法和评价标准。开展安徽品牌价值评价工作，从市场占有率、消费者满意度、质量合格率、企业诚信度和标准化基础工作等方面入手，探索建立以消费者认可和市场竞争力为基础的品牌产生机制。

第二，进一步完善品牌培育机制。加强商标注册、技术研发、质量标准等基础工作，加强行政推动和服务引导，帮助企业从产品经营向品牌经营转变。一要引导企业加强商标注册。通过宣传发动、上门服务、技术指导等形式，推动企业树立“竞争靠品牌，品牌出效益”的现代经营理念，从定名、定位、定形入手做好品牌的策划，变无名无牌为创优创牌。二要引导企业加强质量管理。鼓励企业积极推行卓越绩效评价准则等先进管理方法和国际通行的质量、环境、职业健康与安全、社会责任等体系认证，加强和完善计量检测体系和标准化体系建设，加大售后服务力度，提高质量管理水平和质量保证能力。三要引导企业加强技术创新。引导企业加大研发投入和人才队伍建设，增强自主开发能力。鼓励企业将自主知识产权和专利转化为技术标准。鼓励优势企业实施技术标准战略，积极参与地方标准、行业标准、国家标准和国际标准制定、修订工作。加强对国外技术性贸易壁垒的预警、分

析、评议和控制能力。四是引导企业加强诚信服务。提升服务水平，树立良好商誉，注入品牌文化，放大产品的无形价值。

第三，进一步完善品牌发展机制。努力把品牌优势转化为规模优势、产业优势、竞争优势，走出“品牌产品—品牌企业—品牌产业—品牌安徽”的发展之路。一是着力打造产业品牌。建立国家、省、市三级品牌梯队，围绕我省支柱产业、优势产业、特色产业，有计划、有重点地发展品牌。鼓励优势企业围绕品牌进行产业链延伸、集团化经营，打破行业和区域界限，进行资产重组和资源整合，加快品牌扩张，扩大市场份额。鼓励重点龙头企业瞄准世界级和国家级品牌企业，制定赶超目标和措施，大力培育国际品牌。二是着力打造区域品牌。以创“全国知名品牌创建示范区”为带动，选择产业特色明显、集中程度较高的县区、工业园区、农产品产区等为载体，推进区域性、专业性品牌基地建设，共同制订地区、行业产品质量、服务的联盟标准，联合注册创建区域性的共享品牌，培育一批具有较大影响的产业集群区域品牌。三是着力打造特色品牌。大力发展农产品品牌，着力培育无公害、绿色、有机农产品商标和地理标志产品。保护发展“老字号”品牌，借鉴河南、上海等省市做法，开展“安徽老字号”评选活动，引导企业以授权连锁经营等方式，进行资产运作，提升品牌价值。积极推进服务业连锁化、品牌化经营，重点在信息、金融、现代物流、检验检测、社区服务、文化旅游等领域争创服务品牌。



第四，进一步完善品牌激励机制。建立滚动的全省《重点品牌培育指导目录》，整合完善品牌扶持政策体系。一是对新创品牌实行奖补政策。建立省级品牌发展专项资金，对成功申报省级以上各类品牌和认证的给予奖励。激励和帮助企业注册国际商标，提高商标国际注册的申请量、注册量。二是对品牌实行配置资源优先政策。对列入省品牌发展规划的企业，经济、财税、金融等部门要在要素保障、技术改造、标准研究、科研立项、质量管理、工商事务等方面给予倾斜、扶持和服务。企业的品牌价值经权威评估后，可以开展质押融资、使用许可、无形资产出资。引导和帮助企业加强人才培养和引进，造就一批具有创新能力的专业技术人才和精通质量管理、品牌运营的经营管理人才。三是对品牌产品实行促销政策。对品牌产品，在质量、价格、服务等条件相同的情况下，优先进入政府采购目录。开辟黄金地段的市政资源，无偿用于品牌公益展示。鼓励大中型专业批发市场、大型商场为我省品牌产品销售提供准入、摊（商）位等便利。支持鼓励品牌企业到大中城市开设品牌产品专卖店、连锁店，到境外开设分公司进行品牌的国际经营化连锁。对品牌产品宣传推广所发生的费用，可允许企业加计一定比例计入成本。

第五，进一步完善品牌环境机制。创建品牌必须坚持以市场为导向，为品牌脱颖而出创造良好的环境。一要促进公平竞争，加强保护监督。加强省际间合作互认，消除市场壁垒，打破地方保护，营造优胜劣汰的公平环境。健全跨部门、跨地区打假维权



协作机制，保护企业创牌的积极性。积极构建信用体系，引导企业诚信经营。加强质量监督，完善市场准入、产品质量监督抽查、质量问题追溯、缺陷产品召回和市场退出制度。二要健全中介机构，加强社会服务。建立完善商标协会、质量协会、消费者协会和其他专业行业性协会以及质量认证、创新服务平台、检验检测等社会中介服务体系，积极为企业提供品牌创立、经营、运行、维护、拓展服务。积极鼓励和吸引国际著名品牌咨询服务机构来安徽设立分支机构。加快规划建设一批国家级、省级质量监督检验中心和计量检测中心。积极推进专业标准化技术委员会、分技术委员会的申报和组建工作，切实增强我省企业市场竞争的主导权和话语权。严禁一切乱评比、乱认定、乱推荐活动，坚决杜绝借名牌评比加重企业负担的行为。三要搭建推介平台，加强品牌宣传。积极举办有利于我省品牌宣传展示和拓展经营的展销会、博览会、洽谈会等经贸活动，支持开展消费者喜爱的品牌产品评选活动。积极推进安徽知名品牌进超市、进宾馆酒店、进高速服务区、进机场车站、进旅游景区活动，依托大型骨干流通企业搭建名品展、名品汇，展示我省本土品牌产品，提高知名度。建立健全安徽品牌网站和品牌公共服务平台，积极开展品牌推介、保护和信息服务。积极开设网上商城，推进安徽品牌产品网上营销。加强品牌文化的研究和宣传。充分利用广播、电视、报刊、网络等媒体，加大宣传引导，增强全民质量意识、品牌意识。