

七部委發布加快我國工業企業品牌建設的指導意見

2011 年 7 月 26 日，工業和信息化部、國家發展和改革委員會、財政部、商務部、中國人民銀行、國家工商行政管理總局、國家質量監督檢驗檢疫總局聯合印發《關於加快我國工業企業品牌建設的指導意見》。全文如下：

關於加快我國工業企業品牌建設的指導意見

工信部聯科[2011]347 號

各省、自治區、直轄市及計劃單列市、新疆生產建設兵團工業和信息化主管部門、發展改革委、財政廳（局）、商務主管部門、工商行政管理局、質量技術監督局、進出口商品檢驗檢疫局，中國人民銀行上海總部、各分行、營業管理部、省會（首府）城市中心支行、副省級城市中心支行，有關行業協會（商會）：

改革開放 30 年來，我國工業經濟實現了跨越式發展，為滿足人民需求，促進國民經濟發展做出了重要貢獻。但與工業經濟發展的速度和規模相比較，工業企業品牌建設明顯滯後，已經成為我國工業行業進一步提高競爭力，實現發展方式轉變的重大障礙。

為落實《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要》中提出“推動自主品牌建設，提升品牌價值和效應，加快發展擁有國際知名品牌和國際競爭力的大型企業”的要求，特制定本指導意見。

一、加快我國工業企業品牌建設的重要意義

要從國民經濟發展全局和實現“十二五”規劃任務的戰略高度，理解和認識工業企業品牌建設的重要意義。加快我國工業企業品牌建設，是促進經濟結構調整、轉變發展方式，走中國特色新型工業化道路的必然要求；是堅持擴大內需戰略，釋放消費潛力，增強國際競爭力的客觀需要；是推動工業創新發展，促進科技成果向現實生產力轉化的重要抓手；是樹立和維護質量信譽，打造“中國制造”的國際形象和影響力的堅實基礎。

二、指導思想、總體目標和基本原則

（一）指導思想

以科學發展觀為指導，促進轉變經濟發展方式，推動我國工業企業核心競爭力的提升。堅持以企業為主體，通過促進工業企業提高創新能力和品牌培育意識以及商標注冊、運用、管理和保護能力，增強品牌附加價值和影響力。協調各方資源，合力營造有利于工業企業品牌成長的政策和市場環境，加快實現從制造大國向制造強國的轉變。

（二）總體目標

到 2015 年，我國工業企業創新能力和品牌培育能力顯著增強，工業企業品牌成長的市場環境明顯改善。50%以上大中型工業企業制定並實施品牌戰略，品牌產品市場佔有率和品牌附加值顯著提高。重點培育一批具有國際影響力的自主品牌。

（三）基本原則

堅持以企業為主體，發揮企業在品牌建設中的主體作用；堅持突出質量、技術、創新在品牌建設中的核心作用，加大工業產品知識產權的創造、運用、保護和管理力度，鼓勵推廣具有自主知識產權的技術標準；堅持以市場為導向，通過市場競爭、優勝劣汰，培

育擁有較高知名度和美譽度的工業品牌；堅持政策引導，通過政策扶持、規範市場和加強公共服務體系建設，積極探索我國工業企業品牌發展道路。

三、主要任務和工作內容

（一）引導工業企業增強品牌意識

工業和信息化部門會同有關部門和行業協會，要把品牌培育作為工業產品質量和信譽建設的重要內容，引導企業增強以質量和信譽為核心的品牌意識。各有關部門要通過各種活動和各類媒體形式，大力宣傳品牌建設的重要意義，營造有利于品牌成長的社會氛圍。工業和信息化、工商、質檢等部門，要加大力度總結宣傳各地區、行業和企業在品牌建設中的成功經驗。發展改革、工業和信息化、商務、財政和人民銀行等部門，要發揮政策、資源和市場的導向作用，引導企業加強品牌建設。

（二）加強品牌建設規劃

工業和信息化主管部門、行業協會要加強對品牌建設的統籌規劃，明確職責目標，落實政策措施。各地區、各行業要在充分調研的基礎上，制定本地區、本行業的品牌建設規劃，並與“十二五”規劃有機結合。有條件的地區和行業要組織實施與規劃配套的品牌建設工程，以培育區域性、行業性品牌優勢為重點，落實有關的政策、措施和資源，鼓勵工業企業建立品牌發展規劃，並給予必要的指導和幫助。

（三）促進工業企業提高品牌建設能力

工業和信息化、工商、質檢等部門和行業協會，要組織開展品牌培訓活動，提高企業品牌培育意識和商標注冊、運用、管理和保護能力；要推廣先進的營銷理論、品牌管理模式和方法，重點增強企業在市場調研、產品定位、營銷策劃、傳播宣傳、公關服務等方面的能力和水平。

要鼓勵工業企業開發切合實際的品牌管理機制和品牌塑造方法，建立品牌戰略，實施品牌經營，培育品牌文化。指導工業企業重視知識產權法律尤其是商標法律制度的運用，從戰略、管理、傳播和資產管理各個層面推進品牌建設。

要加大技術改造項目對企業在開發品種、提升質量等方面的支持力度，增強企業創新能力，提高產品實物質量水平。財政、人民銀行等部門要發揮財稅、金融等政策作用，鼓勵工業企業加大在技術開發和質量提升等方面的投入。

要加快國家和行業標準建設，組織開展對國際標準和國外先進標準的研究，鼓勵工業企業參與國際標準的制修訂，提高企業適應市場和技術環境變化的能力。

（四）改善品牌發展外部環境

商務、工商、質檢等部門會同行業協會，要協調配合，打破地方保護，消除市場壁壘，減輕企業負擔，構建國內統一市場；要加強對“家電下鄉”等與市場有關的政策和要求的宣傳，提高企業對有關政策的理解和把握水平。商務部門要加強對商業機構的指導和管理，拓寬品牌產品的銷售渠道，為國內、外工業企業創造同等品牌市場待遇。

有關部門會同行業協會，加強跨區域工業企業品牌保護工作的分工協調；研究借鑒國外品牌保護的優秀經驗，加強對我國工業企業商標境外注冊、使用和保護情況的跟蹤研究，分階段建立海外商標糾紛預警機制和危機管理機制。

商務、工商、質檢等部門會同有關行業協會，要推動中國制造的品牌形象塑造，在重點市場和新興市場舉辦產品展覽、推廣、廣告等活動，促進提升品牌市場競爭力和品牌價值；鼓勵工業企業在海外開展營銷活動，引導企業積極進行商標國際注冊；對企業在境外商標注冊、渠道拓展等工作提供相關服務。

發展改革、財政、人民銀行等部門要引導金融機構加快推進金融產品和服務方式創新，支持工業企業利用品牌資產依法依規抵押融資，改進和完善有關金融服務；要探索建立企業品牌信用擔保制度，積極拓寬企業融資渠道，支持符合條件的工業企業通過上市融資和發行債券；鼓勵企業以品牌為紐帶進行並購重組。

發展改革、商務、工商、質檢等部門，要加強對合資合作過程中工業企業品牌的保護和管理。

工商、質檢、工業和信息化等部門，要加強質量監督、市場監管，組織開展專項整治活動，打擊侵犯注冊商標專用權違法行為，加大對我國工業企業行業商標專用權行政保護力度，保護商標持有企業合法權益。

工業和信息化、質檢部門會同行業協會，要在“提高工業產品質量示范”、“質量興業”和“質量興企”活動中，以品牌培育為重點內容，通過組織質量攻關和提高供應鏈質量保證能力等工作，支持品牌建設；要加快工業產品質量控制和技術評價能力建設，大力發展中小企業服務平臺，為企業對外交流、信息諮詢、技術諮詢提供服務，並發揮產品研發設計和品牌推廣平臺的作用。

（五）加強對品牌建設的指導和服務

工業和信息化主管部門會同商務、工商、質檢等部門及行業協會，要加強對品牌建設的具體指導。鼓勵各行業根據特點提出行業性品牌建設的指導性文件；指導工業企業建立完善品牌培育管理體系和評估體系，提高品牌培育的科學化水平，實現品牌培育工作的持續改進；支持工業企業積極參與國際優秀品牌管理經驗和標桿的交流與分享；鼓勵地區和行業規範並推廣與品牌培育相關的諮詢和培訓服務，加強對品牌工作的專業指導。各級部門、行業協會，可對品牌培育工作成效顯著的區域、行業和企業進行重點扶持並給予適當的表彰獎勵，以加大對品牌建設成功經驗的宣傳力度，推動品牌建設深入開展。

四、工作要求

工業和信息化部聯合發展改革委、財政部、商務部、人民銀行、工商總局、質檢總局及有關行業協會，建立推進工業企業品牌建設工作會商機制，不定期召開會議，確定工作重點，協調和指導工業企業品牌建設工作。各部門要按照“統籌協調、明確責任、協同配合、整體推進”的原則，各司其職，加強協調配合。

各地工業和信息化主管部門要綜合協調品牌建設工作，會同有關部門，結合本地區實際，認真研究制定具體實施方案並組織實施。要不斷總結品牌建設中的問題，積極推廣成功經驗，及時做好信息搜集和反饋。

二〇一一年七月二十二日

資料來源: 中華人民共和國中央人民政府網站

http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/gzdt/2011-08/02/content_1918223.htm