

工 业 和 信 息 化 部
国 家 发 展 和 改 革 委 员 会
财 政 部
商 务 部
中 国 人 民 银 行
国 家 工 商 行 政 管 理 总 局
国 家 质 量 监 督 检 验 检 疫 总 局

文件

工信部联科〔2011〕347号

关于加快我国工业企业品牌建设的指导意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、发展改革委、财政厅（局）、商务主管部门、工商行政管理局、质量技术监督局、进出口商品检验检疫局，中国人民银行上海总部、各分行、营业管理部、省会（首府）城市中心支行、副省级城市中心支行，有关行业协会（商会）：

改革开放30年来，我国工业经济实现了跨越式发展，为满足人民需求，促进国民经济发展做出了重要贡献。但与工业经济发展的速度和规模相比较，工业企业品牌建设明显滞后，已经成

为我国工业行业进一步提高竞争力，实现发展方式转变的重大障碍。

为落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中提出“推动自主品牌建设，提升品牌价值和效应，加快发展拥有国际知名品牌和国际竞争力的大型企业”的要求，特制定本指导意见。

一、加快我国工业企业品牌建设的重要意义

要从国民经济发展全局和实现“十二五”规划任务的战略高度，理解和认识工业企业品牌建设的重要意义。加快我国工业企业品牌建设，是促进经济结构调整、转变发展方式，走中国特色新型工业化道路的必然要求；是坚持扩大内需战略，释放消费潜力，增强国际竞争力的客观需要；是推动工业创新发展，促进科技成果向现实生产力转化的重要抓手；是树立和维护质量信誉，打造“中国制造”的国际形象和影响力的坚实基础。

二、指导思想、总体目标和基本原则

(一) 指导思想

以科学发展观为指导，促进转变经济发展方式，推动我国工业企业核心竞争力的提升。坚持以企业为主体，通过促进工业企业提高创新能力和品牌培育意识以及商标注册、运用、管理和保护能力，增强品牌附加价值和影响力。协调各方资源，合力营造有利于工业企业品牌成长的政策和市场环境，加快实现从制造大国向制造强国的转变。

(二) 总体目标

到 2015 年，我国工业企业创新能力和品牌培育能力显著增强，工业企业品牌成长的市场环境明显改善。50%以上大中型工业企业制定并实施品牌战略，品牌产品市场占有率和品牌附加值显著提高。重点培育一批具有国际影响力的自主品牌。

(三) 基本原则

坚持以企业为主体，发挥企业在品牌建设中的主体作用；坚持突出质量、技术、创新在品牌建设中的核心作用，加大工业产品知识产权的创造、运用、保护和管理力度，鼓励推广具有自主知识产权的技术标准；坚持以市场为导向，通过市场竞争、优胜劣汰，培育拥有较高知名度和美誉度的工业品牌；坚持政策引导，通过政策扶持、规范市场和加强公共服务体系建设，积极探索我国工业企业品牌发展道路。

三、主要任务和工作内容

(一) 引导工业企业增强品牌意识

工业和信息化部会同有关部门和行业协会，要把品牌培育作为工业产品质量和信誉建设的重要内容，引导企业增强以质量和信誉为核心的品牌意识。各有关部门要通过各种活动和各类媒体形式，大力宣传品牌建设的重要意义，营造有利于品牌成长的社会氛围。工业和信息化部、工商、质检等部门，要加大力度总结宣传各地区、行业和企业品牌建设中的成功经验。发展改革、工业和信息化部、商务、财政和人民银行等部门，要发挥政策、资

源和市场的导向作用，引导企业加强品牌建设。

（二）加强品牌建设规划

工业和信息化主管部门、行业协会要加强对品牌建设的统筹规划，明确职责目标，落实政策措施。各地区、各行业要在充分调研的基础上，制定本地区、本行业的品牌建设规划，并与“十二五”规划有机结合。有条件的地区和行业要组织实施与规划配套的品牌建设工程，以培育区域性、行业性品牌优势为重点，落实有关的政策、措施和资源，鼓励工业企业建立品牌发展规划，并给予必要的指导和帮助。

（三）促进工业企业提高品牌建设能力

工业和信息化、工商、质检等部门和行业协会，要组织开展品牌培训活动，提高企业品牌培育意识和商标注册、运用、管理和保护能力；要推广先进的营销理论、品牌管理模式和方法，重点增强企业在市场调研、产品定位、营销策划、传播宣传、公关服务等方面的能力和水平。

要鼓励工业企业开发切合实际的品牌管理机制和品牌塑造方法，建立品牌战略，实施品牌经营，培育品牌文化。指导工业企业重视知识产权法律尤其是商标法律制度的运用，从战略、管理、传播和资产管理各个层面推进品牌建设。

要加大技术改造项目对企业在开发品种、提升质量等方面的支持力度，增强企业创新能力，提高产品实物质量水平。财政、人民银行等部门要发挥财税、金融等政策作用，鼓励工业企业加

大在技术开发和质量提升等方面的投入。

要加快国家和行业标准建设，组织开展对国际标准和国外先进标准的研究，鼓励工业企业参与国际标准的制修订，提高企业适应市场和技术环境变化的能力。

（四）改善品牌发展外部环境

商务、工商、质检等部门会同行业协会，要协调配合，打破地方保护，消除市场壁垒，减轻企业负担，构建国内统一市场；要加强对“家电下乡”等与市场有关的政策和要求的宣传，提高企业对有关政策的理解和把握水平。商务部门要加强对商业机构的指导和管理，拓宽品牌产品的销售渠道，为国内、外工业企业创造同等品牌市场待遇。

有关部门会同行业协会，加强跨区域工业企业品牌保护工作的分工协调；研究借鉴国外品牌保护的优秀经验，加强对我国工业企业商标境外注册、使用和保护情况的跟踪研究，分阶段建立海外商标纠纷预警机制和危机管理机制。

商务、工商、质检等部门会同有关行业协会，要推动中国制造的品牌形象塑造，在重点市场和新兴市场举办产品展览、推广、广告等活动，促进提升品牌市场竞争力和品牌价值；鼓励工业企业在海外开展营销活动，引导企业积极进行商标国际注册；对企业在境外商标注册、渠道拓展等工作提供相关服务。

发展改革、财政、人民银行等部门要引导金融机构加快推进金融产品和服务方式创新，支持工业企业利用品牌资产依法依规

抵押融资，改进和完善有关金融服务；要探索建立企业品牌信用担保制度，积极拓宽企业融资渠道，支持符合条件的工业企业通过上市融资和发行债券；鼓励企业以品牌为纽带进行并购重组。

发展改革、商务、工商、质检等部门，要加强对合资合作过程中工业企业品牌的保护和管理。

工商、质检、工业和信息化等部门，要加强质量监督、市场监管，组织开展专项整治活动，打击侵犯注册商标专用权违法行为，加大对我国工业企业行业商标专用权行政保护力度，保护商标持有企业合法权益。

工业和信息化、质检部门会同行业协会，要在“提高工业产品质量示范”、“质量兴业”和“质量兴企”活动中，以品牌培育为重点内容，通过组织质量攻关和提高供应链质量保证能力等工作，支持品牌建设；要加快工业产品质量控制和技术评价能力建设，大力发展中小企业服务平台，为企业对外交流、信息咨询、技术咨询提供服务，并发挥产品研发设计和品牌推广平台的作用。

（五）加强对品牌建设的指导和服务

工业和信息化主管部门会同商务、工商、质检等部门及行业协会，要加强对品牌建设的具体指导。鼓励各行业根据特点提出行业性品牌建设的指导性文件；指导工业企业建立完善品牌培育管理体系和评估体系，提高品牌培育的科学化水平，实现品牌培育工作的持续改进；支持工业企业积极参与国际优秀品牌管理经

验和标杆的交流与分享；鼓励地区和行业规范并推广与品牌培育相关的咨询和培训服务，加强对品牌工作的专业指导。

各级部门、行业协会，可对品牌培育工作成效显著的区域、行业和企业进行重点扶持并给予适当的表彰奖励，以加大对品牌建设成功经验的宣传力度，推动品牌建设深入开展。

四、工作要求

工业和信息化部联合发展改革委、财政部、商务部、人民银行、工商总局、质检总局及有关行业协会，建立推进工业企业品牌建设工作会商机制，不定期召开会议，确定工作重点，协调和指导工业企业品牌建设工作。各部门要按照“统筹协调、明确责任、协同配合、整体推进”的原则，各司其职，加强协调配合。

各地工业和信息化主管部门要综合协调品牌建设工作，会同有关部门，结合本地区实际，认真研究制定具体实施方案并组织实施。要不断总结品牌建设中的问题，积极推广成功经验，及时做好信息搜集和反馈。





国家市场监督管理总局

二〇一一年七月二十二日

工业和信息化部办公厅

2011年7月26日印发

