

专家论文 8:

加快品牌建设 促进质量兴业

中国轴承工业协会专家委员会委员 欧阳土中

近年来,我国轴承行业的品牌建设工作取得了显著成效,为大力实施品牌战略创造了良好的条件。经过前几年金融风暴的洗礼,企业的品牌意识得到进一步增强,现行业约有 70%的企业更加注重品牌建设工作,全行业的“中国驰名商标”企业达到了 17 家,还有一批企业获得了省级著名商标称号。同时,轴承行业打假维权工作取得了新的进展。经过 2011 年打假维权专项行动的开展,企业建立起了打假维权的长效机制,切实维护了企业的产品声誉,保证了行业品牌建设工作的顺利开展。但是,与轴承工业经济发展的速度和规模相比,企业的品牌建设工作明显滞后,已经成为轴承行业进一步提高综合竞争力、实现发展方式转变的重大障碍,因此企业加快品牌建设步伐显得尤为迫切和重要。

《全国轴承行业“十二五”发展规划》也强调“加强品牌建设”,要求从构建品牌资产、夯实品牌建设的质量基础、着力品牌传播和净化品牌建设环境多方面实施自主品牌战略,为达到“有 2—3 家优势企业的轴承品牌成为世界品牌,与世界八大跨国轴承公司具有同样的知名度和美誉度”的奋斗目标积极创造条件。轴承行业要实现“十二五”规划的战略目标和任务,促进质量兴业和质量兴企活动,确保行业的长远发展,就必须实施品牌战略并加快品牌建设步伐。

一、在实施品牌战略中应把握好“四个坚持”原则

当前,企业要认真贯彻落实工信部等国家七部委发布的《关于加快我国企业品牌建设的指导意见》(工信部联科[2011]347 号文)和工信部为落实此文件而制定的《关于开展工业企业品牌培育试点工作的通知》(工信厅科函[2011]719 号文)

两个政策性支持文件的精神，按照国资委《关于开展品牌协会培育和建设工作的指导意见》的要求，推进轴承行业的创新能力和品牌培育能力建设，使品牌产品市场占有率和品牌附加值（品牌溢价能力）显著提高，培育出具有国际影响力的自主品牌。

在实施品牌战略中，企业应把握好“四个坚持”的基本原则，即坚持以企业为主体，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，加大产品知识产权的创造、运用和管理力度，制定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品牌；坚持政策引导，通过政策扶持、规范市场和公共服务平台建设，加快探索出行业品牌的发展道路。

支持、鼓励企业积极参加全国性的工业企业品牌培育试点工作。通过品牌培育试点，帮助试点企业提高品牌培育的科学化水平，建立完善的品牌培育管理体系，提高企业品牌的能力和绩效，探索建立企业品牌培育的具体措施、操作办法和工作模式，为全行业全面开展品牌培育工作提供经验。因此，建议轴承行业中那些目前拥有自主品牌，有较强品牌意识和一定的品牌管理基础，并且产品质量稳定，具有良好质量信誉和诚信经营的企业，应按照工信厅科函[2011]719号文规定的申报程序和方法积极参加企业品牌培育试点，以便获得国家为试点企业提供的专业指导、咨询服务、配套资源和激励政策的支持。

二、引导企业进一步增强品牌意识

轴承行业应把品牌的培育建设作为产品质量和信誉建设的重要内容，引导企业进一步增强以质量和信誉为核心的品牌意识。行业可通过各种活动和《轴协动态》、《轴承工业》及《轴承工业动态》等各类媒体形式，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；认真总结宣传企业在品牌建设中的成功经验，充分发挥好政策、资源和市场的导向作用，引导企业加快品牌建设。通

过学习和宣传，企业应自觉地克服在品牌建设中的重“硬”轻“软”，重产能扩张轻软实力积累的不良倾向，推动品牌建设深入扎实地开展。

在进一步增强品牌意识的基础上，企业应充实、完善已制定的品牌建设规划，并与“十二五”规划有机结合起来。有条件的企业还可组织实施与规划配套的品牌建设工程，以培育出行业性品牌优势为重点，落实有关的政策、措施和资源，确保企业的品牌建设规划目标得以实现，效果更为显著。

三、促进企业努力提高品牌建设能力

从轴承行业角度讲，应通过组织开展品牌培育建设活动，提高企业品牌培育意识和商标注册、运用、管理和保护能力；通过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、公共服务等方面的能力和水平，鼓励企业开展切合实际的品牌管理机制和品牌塑造方法，实施品牌经营，培育品牌文化；引导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。

从企业角度而言，要以塑造品牌优良形象、拓展品牌延伸功能和提高品牌溢价能力为重点，带动企业品牌建设和整体能力的提升。

塑造品牌形象，一是要选择和策划具有丰富文化内涵的品牌。品牌的形象既同品牌密切关联又要寓意深刻，形成品牌的个性化；二是先打造好产品品牌基础，再适时过渡到经营品牌形象。企业一定要先打造好产品品牌，把产品品牌做到质量优良又有知名度和信誉度，在建立了良好信誉之后，再不失时机地进入品牌形象的塑造。在这方面，海尔树立企业品牌形象的做法值得学习和借鉴。海尔从抓质量、抓技术、抓管理、抓市场入手，主动参与竞争，树立诚信形象，做到“真诚到永远”，使海尔品牌具有很强的吸引力和诱惑力，发展成为世界级品牌。

拓展品牌延伸功能，可带动新产品畅销市场，扩大企业业绩。品牌延伸功能主要指它能拓展和带动该品牌下的新产品开发能力，而不是简单地理解为产生出

一种新品牌。对于轴承行业企业而言，在创建一个知名品牌后应不失时机地发展轴承新产品。“十二五”时期，轴承行业应该以轨道交通设备轴承、汽车轴承、大型精密高速数控化设备轴承、大型清洁高效发电设备轴承、高速高精度冶金轧机轴承、大型施工机械轴承、大飞机配套轴承、大型石化设备轴承、大型煤化工工程轴承、大型煤炭井下综合采掘和大型露天矿设备轴承、大型船舶海洋工程轴承、大型环保设备轴承、新型纺织机械轴承、新型大马力农机轴承、电子生物医药等高技术装备轴承以及国防军工装备轴承等 16 项轴承新产品为开发重点，拓展品牌延伸的强大功能。

提高品牌的溢价能力，要突出以下几点：一、应塑造大品牌与业内领先地位的形象。一个区域的小品牌的溢价能力不如全国性大品牌，一个中国品牌不如国际大品牌，这意味着要尽量塑造出大品牌的形象。这等于说一个创造了省级著名商标的企业，要努力争创中国驰名商标，取得中国驰名商标的企业要下决心创建国际级品牌，才能不断提升品牌的溢价能力。二、应赋予品牌高档感和高价值感。企业要持续不断地提高产品的技术与使用价值，在设计与制作上做到精益求精，使品牌的溢价能力能涵盖所有的产品。三、注意保持高价格。保持高价格意味着品牌麾下的产品一律保持高的价格，并且千万不可随意降价，否则会伤害品牌的档次与价值感。但很多品牌面对销量暂时下滑或竞争对手的降价攻势，往往失去坚定力也参与价格战，这时候最能考验企业家与品牌管理者的意志力。在激烈的市场竞争环境下，降价是难免的。保持品牌高价值，意味着价格应始终比竞争品牌高一些，即使降价也应遵守这一原则。

四、夯实品牌建设的质量基础

正如轴承行业“十二五”规则指出的那样：“产品的技术含量和质量指标的先进性是品牌的核心竞争力。产品实物质量是品牌建设最重要的基础和必要条件。坚持技术创新和质量改进，对品牌建设形成永恒的支持力”。为此，企业应

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，通过强化全过程的质量控制，健全高标准的质量管理体系，完善质量评价制度，开展精品轴承载达标活动，组织质量攻关和提高供应链质量保证能力等工作，夯实品牌建设的质量基础，大力支持品牌建设。

在此基础上，大力促进“质量兴业”和“质量兴企”活动深入开展。首先，行业要贯彻实施国务院于 2012 年 2 月 6 日发布的《质量发展纲要（2011—2020 年）》（国发[2012]9 号文）。结合轴承行业实际情况，在活动中以市场导向为准则，以企业为主体，以质量基础建设为根本，以提高轴承实物质量为目标。2012 年，要以滚子轴承为典型产品，以滚子轴承的动态性能、疲劳寿命及可靠度为着力点。同时组织开展质量管理、过程控制技术的交流与研讨，推广 SPC 在线控制技术，推动活动的扎实进行。

第二，要贯彻落实工信部科[2011]366 号文、工信部联科[2011]367 号文以及工信部联科[2011]337 号文的精神，深入开展企业质量信誉承诺活动。通过深入开展企业质量信誉承诺活动，引导企业自觉承诺并履行质量责任，自觉接受社会监督，树立和维护质量信誉，大力营造重视质量、珍视信誉的社会氛围，强化企业与社会各界推进产品质量进步的合力作用；提高企业品牌信誉和形象，增强广大消费者对企业品牌的忠诚度；指导企业持续改进产品质量与质量管理，追求卓越经营，加快实现转型升级，提高包括企业品牌在内的竞争力水平。按照工信部[2011]366 号文的要求，企业应向社会进行六个方面的承诺：即对质量信誉重要意义的理解的承诺；对诚实守信、珍视信誉的承诺；对遵守法律法规和标准要求的承诺；对承担产品生命周期质量责任的承诺；对持续改进产品质量和质量管理，坚持技术进步和产品创新的承诺；对接受社会监督及对违背承诺行为接受处罚的承诺。企业应自觉接受消费者、政府和社会监督，支持行业自律管理，将履行质量承诺、追求质量诚信作为推动品牌建设、可持续发展的不懈追求的目标。

第三，运用先进的质量管理方法，提高质量管理能力和水平。重点抓好运用信息化技术，利用标准化手段来推广先进质量管理方法，并组织对先进质量管理方法的研究。在推动“两化融合”工作中，将质量管理信息化作为重要内容，提高质量数据采集、分析和质量控制的信息化水平。积极借鉴国际标准化与先进质量管理发展趋势，组织开展先进质量管理标准的研究、宣贯与推广，及时将先进质量管理方法进行标准化，利用标准化手段推进先进质量管理方法。在具备条件的企业设立质量管理创新基地，树立标杆，加以扶持；研究先进质量管理方法，如现场实时监控 CPK 值、实施控制图管理、6 σ 综合质量管理和 SPC 在线过程控制技术等在企业的应用，适时总结、提炼企业的成功经验和案例，探索企业质量管理的关键影响因素和客观规律。定期组织召开经验交流会，推动企业参与国内外质量交流和学术活动，提升企业应用先进质量管理方法的积极性和实效水平。

五、改善品牌建设的外部环境

轴承行业应充分运用国家为改善品牌建设外部环境所采取的一系列政策支持措施，如商务、工商、质监部门会同行业协会，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；商务部门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，加强对我国工业企业商标境外注册、使用与保护情况的跟踪研究，建立海外商标纠纷预警机制和危机管理机制；商务、工商、质监部门会同有关行业协会，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、推广和广告等活动，促进提升品牌市场竞争力和品牌价值；发展改革、财政、人民银行等部门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，建立企业品牌信用担保制度，拓宽企业融

资渠道，鼓励企业以品牌为纽带进行并购重组等等。这些有利政策，为促进品牌发展提供了良好的外部环境，企业应牢牢抓住这些难得的机遇，加快品牌建设与发展步伐。

此外，企业应积极参加打假维权专项整治活动，严厉打击侵犯注册商标专用权的违法行为，加大对企业商标专用权的行政保护力度，维护商标持有企业的合法权益。国务院于 2011 年 11 月 9 日再次部署了打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品的工作。企业为此要做好几项重点工作：一是要强化对违规失信企业的惩戒。将打击侵权和假冒伪劣作为诚信体系建设的突破口和重要抓手。建立企业诚信档案，完善信用信息查询与披露制度，加强对失信企业的协同监管。二是充分发挥社会监督作用。完善举报制度，积极举报侵权和假冒伪劣行为，配合公安、行政执法部门，加强行政执法，强化刑事司法力度，对侵权和假冒伪劣犯罪及时立案侦查和打击。三是完善企业已建立的保护知识产权的长效机制。重点是着眼于完善规章制度，落实监管责任，强化监管手段，达到标本兼治的效果。

六、加强对品牌建设的指导和服务

轴承行业企业要统一在中国轴协的领导下开展品牌推进工作。主要是指加强对企业品牌建设的具体指导，提出行业性品牌建设的指导性文件；指导企业建立完善的品牌培育管理体系和评估体系，实现品牌培育工作的持续改进；支持企业积极参与国际优秀品牌管理的经验和标杆的交流与分享；组织与品牌相关的咨询和培育服务，加强对品牌工作的专业指导；对品牌培育工作成效显著的企业进行重点扶持并给予适当的表彰奖励，加大对品牌建设成功经验的宣传力度，推动品牌建设的深入进行。

行业和区域性的共性技术研发与服务平台，除充分发挥其开展技术创新、加快行业技术进步的作用外，也要为企业对外交流、信息与技术咨询提供服务，并发挥其品牌推广平台的功能，为加快行业品牌建设贡献力量。

作者简介：欧阳土中，高级工程师，中国轴承工业协会专家委员会委员