

SHAANXISHENG
MINGPAI CHANPIN SHENBAO ZHINAN

陕西省名牌产品 申报指南

陕西省质量技术监督局 编
陕西省名牌战略推进委员会办公室

陕西科学技术出版社

陕西省名牌产品申报指南

陕西省质量技术监督局
陕西省名牌战略推进委员会办公室 编

陕西科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

陕西省名牌产品申报指南/陕西省质量技术监督局,
陕西省名牌战略推进委员会办公室编. —西安: 陕西科学
技术出版社, 2008. 3

ISBN 978-7-5369-4481-7

I. 陕… II. ①陕…②陕… III. 名牌产品-申报-陕西
省-指南 IV. F724.74-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第015145号

出版者 陕西科学技术出版社

西安北大街131号 邮编: 710003

电话(029)87211894 传真(029)87218236

<http://www.snstp.com>

发行者 陕西科学技术出版社

西安(029)87212206 87260001

印刷 陕西海天印务有限公司

规格 787mm×960mm 1/16开本

印张 9.5

字数 156千字

版次 2008年3月第1版

2008年3月第1次印刷

定价 20.00元

版权所有 翻印必究

《陕西省名牌产品申报指南》编委会

主 任	张福海				
总 编	杨 明				
主 编	高 阳	雷 鸣			
撰 稿	张全瑜	陈忠东	郑笑非	高步文	
	李文钊	陈 俊	郭红哲	杨景行	
	高 亭	孟大胜	刘 莉		

序

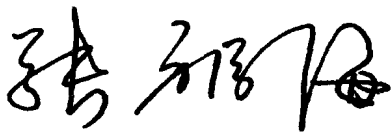
改革开放以来，随着国民经济的高速发展，我国已进入追求高质量的时代。工业化和经济全球化既为实施名牌战略提供了必要的物质基础，也对名牌产品提出了巨大的社会需求。实施名牌战略已经成为贯彻落实科学发展观的重要途径，成为推动国民经济又好又快发展的必然选择。党的十七大报告指出，加快转变经济发展方式，推动产业结构优化升级，是关系国民经济全局紧迫而重大的战略任务。我们要坚持走中国特色新型工业化道路，立足以质取胜，确保产品质量和安全，鼓励发展具有国际竞争力的大企业集团。这无疑对实施名牌战略提出了新的要求。

我省早在1995年就开始实施名牌战略，名牌战略工作受到省委、省人大、省政府、省政协领导的高度重视，省政府成立了名牌战略推进机构，颁布了《陕西省名牌产品认定办法》、《陕西省名牌产品标志管理办法》和《陕西省名牌产品监督管理办法》，使名牌战略工作逐步走上了系统化、规范化和法制化的轨道。在各级政府的推动以及社会各界的参与和支持下，我省实施名牌战略取得了十分显著的成绩，形成了一批在全国有较大影响力的名牌产品生产企业，出现了具有较强竞争力的名牌群体，一批具有自主知识产权的名牌产品在国内的市场份额逐步扩大，并正在走向国际市场。名牌产品的产值和纳税额在我省经济发展中均占有重要份额，2006年我省名牌产品生产企业的数量仅为全省规模以上工业企业数量的8.6%，但销售收入和税收分别占到全省规模以上工业企业的29.2%和34%。同时以名牌产品生产企业为龙头，带动了名牌产品所在行业的整合与发展，加快了元器件、原材料等配套产品的升级换代，推动了资源的优化配置和企业的改革重组，有效地提升了名牌产品所在行业的产业发展层次，形成了名牌产业链，有效提高了经济增长的

质量和效益，促进了经济结构的调整和增长方式的转变。名牌产品及其生产企业已成为我省经济发展的支柱和新的增长点，成为推动全省经济，特别是工业经济实现跨越式发展的重要基础。

但是，在工作中我们也遇到了一些问题，特别是部分已经获得名牌产品荣誉称号的企业对实施名牌战略的认识不够深刻、理解不够全面，一些准备申报名牌产品的企业对名牌产品的申报程序和相关要求不够了解，这些都影响了我省名牌战略的深入实施。为了有效指导企业实施名牌战略，培育更多的名牌产品，我们认真总结了多年来在名牌战略实施、名牌产品培育、审查、认定等工作中的实践经验，编写了这本《陕西省名牌产品申报指南》，希望能够对有志于创立名牌产品的企业真正起到帮助和指导的作用，推进我省名牌战略深入实施。

愿在社会各界的积极参与和广泛支持下，我省实施名牌战略取得更大的成就，为建设西部强省作出更大贡献！



2008年3月1日

目 录

第一章 名牌战略概述	1
第一节 有关名牌产品的概念和术语.....	1
第二节 企业实施名牌战略的意义.....	3
第三节 政府在推进名牌战略中的作用.....	8
第四节 陕西省实施名牌战略的总体状况.....	12
第二章 陕西省名牌产品申报程序及要求	14
第一节 陕西省名牌产品申报的范围.....	14
第二节 陕西省名牌产品申报的条件及要求.....	14
第三节 陕西省名牌产品申报的程序.....	15
第四节 陕西省名牌产品申报格式的要求.....	16
第三章 陕西省名牌产品审查程序和要求	18
第一节 陕西省名牌产品审批工作程序.....	18
第二节 陕西省名牌产品申报文件初审要求.....	18
第三节 陕西省名牌产品申报文件专业性和综合性评价要求.....	20
第四节 陕西省名牌产品现场审查程序及要求.....	21
第五节 陕西省名牌产品申报材料中易出现的问题.....	26
第六节 陕西省名牌产品获证后的管理.....	29
第四章 陕西省名牌产品现场审查的内容	31
第一节 名牌产品现场审查概述.....	31
第二节 领导和经营战略.....	32
第三节 遵守国家法律法规.....	34
第四节 企业文化建设.....	37
第五节 资源管理.....	40

第六节 产品特色与工艺技术管理	43
第七节 过程控制	44
第八节 经营绩效	47
第五章 申报中国名牌产品及世界名牌产品的要求	50
第一节 中国名牌产品申报的产品范围	50
第二节 中国名牌产品申报的条件及要求	72
第三节 中国名牌产品申报程序	73
第四节 中国名牌产品评分标准	75
第五节 世界名牌产品申报条件及要求	79
第六章 质量认证与质量奖	81
第一节 质量认证与名牌产品	81
第二节 名牌产品与卓越绩效管理	83
第三节 国内外相关质量奖项	84
第四节 相关认证介绍	87
编后语	90
附录:	
附录1 陕西省名牌产品申报表模板	91
附录2 相关法律法规	100
附录3 2005年度、2006年度、2007年度中国名牌产品分类目录	138
附录4 2005年度、2006年度陕西省名牌产品分类目录	149
附录5 2007年陕西省名牌产品名单	155
附录6 陕西省名牌产品监督管理办法	164

第一章 名牌战略概述

第一节 有关名牌产品的概念和术语

1.什么是名牌产品?

名牌产品是产品质量好、市场占有率高、信誉良好、经济效益显著的产品。它是质量和效益的集中体现,其内涵包括质量、效益、市场、产品信誉和企业形象等诸多要素,名牌产品水平的高低和数量的多少反映了一个国家或地区的经济竞争能力和科技发展水平。

2.名牌产品具有哪些特点?

名牌产品是知名品牌,也是市场竞争中的强势品牌。名牌产品知名的内涵是指“四高”:即知名度高、美誉度高、信誉度高、市场占有率高,除此之外还在反应度、认识度、传播度、忠诚度等方面也有上佳表现。名牌应是这几方面在一定程度上的统一。单方面认为名牌就是知名度高或是美誉度高都存在片面性,美誉度高的品牌若知名度不高,也不能实现其经济目标,另外“众口称赞”并不等于“人人购买”,因此,美誉度还应和知名度、追随度、信任度、认知度、畅销度、满意度等相结合、相统一,才能造就名牌。

3.什么是战略?什么是名牌战略?

战略就是对带有全局性的事物规律进行研究,并对未来发展做出总体性长期性发展的谋划。这种谋划包括:制定战略方针、发展目标、达到目标的途径手段和措施。

名牌战略是一种以名牌产品为龙头,占据市场,扩大营销,实现企

业利润最大化的竞争韬略。名牌战略由政府组织实施，就是通过设置科学的评价指标体系，包括市场评价、质量评价、效益评价、发展评价，遵循严格的评价程序，把市场上的客观事实，用名牌产品这种形式来给予反映，可以更加迅速地扩大名牌产品的影响力，迅速地使各种生产要素向优势企业和名牌产品集中。这样做，一是可以促进结构调整，更好地利用资源，实现增长方式的转变；二是可以尽快推动一批企业做大做强，增强企业和产品的市场竞争能力。

4.什么是品牌？

品牌是企业策划给定产品的一种名称、术语、标记、符号或图案，是用以识别产品或服务的标志的符号。品牌可以用名称、术语、标记、符号或图案中的某一个表示，也可以是名称、术语、标记、符号或图案等浓缩的标志符号。这种标志符号是由企业策划设计给定的。

5.什么是牌子？

牌子是品牌的俗称，也称为商品或服务的脸谱。牌子，是人们对品牌、商标等的通俗称谓。其基本含义与品牌相通。

6.什么是商标？

商标是用以将某工业或商业企业，或者企业集团的商品或服务区别于他人的商品或服务的标志。

商标，英文为“trade mark”，顾名思义，就是商品的标记。这种标记不是显示商品名称型号、性能、产地，而是一种归属标记，是生产或销售它的那个企业的标记。当人们熟知商标后，就能以商标分辨产品或服务由哪个企业生产或销售。我们常说“格力空调”，“格力”就是商标，“空调”则是商品的名称，由“格力”商标人们可能联想其生产厂家、产品性能等。

商标由一些文字、图案或符号组成，企业的商标通常是由固定的文字、图案或符号组成。用户或顾客可以通过这些特定标记加以识别。

商标可分为注册商标和非注册商标。

7.什么是注册商标？

注册商标是指经过注册的商标，商标注册管理机构（我国是国家工商行政管理局）按照我国《商标法》和国际《保护工业产权巴黎公约》的规定对企业申请的商标进行注册。注册商标将受到法律的保护。企业的商标在国家工商管理部门注册并批准使用后，就成为“注册商标”。注册商标的企业便拥有注册商标的专用权、专利权，并受到法律保护。注册商标具有排他性，一般来说不同企业的商标不能相同，同行业经营范围内商标必须是独家拥有。

企业将其拥有的“品牌”作为商标进行注册，就得到了对品牌和商标的共同保护。

企业将其拥有的“企业名称”、“商号”，作为商标进行注册，就得到了对“企业名称”、“商号”的同等保护。

拥有注册商标的产品才具有申报名牌产品的资格。

8. 什么是驰名商标？

驰名商标是众多商标中的“领先者，优等生”。在我国驰名商标是由国家工商总局经过一定的法律程序认定的，并以一定的形式予以公告或确认的商标。

9. 某企业在全国很有名，产品品牌、商标在市场上也很有名，是名牌产品吗？

我国名牌产品是指产品质量、质量管理、市场占有率、顾客满意度等有关指标达到或超越规定标准，并由省级以上人民政府有关部门依照相关程序予以认定的产品，所以，某企业在市场上很有名，产品品牌、商标在全国很有名不能说明是名牌产品。名牌产品目前我国属特定用语，是政府授予的，受法律保护的称号。

第二节 企业实施名牌战略的意义

1. 企业实施名牌战略的意义和重要性是什么？

随着我国经济的增长,对外贸易的不断增加,经济全球化步伐的加快,中国的企业直接面对国际市场,参与国际竞争,而名牌产品作为企业在市场竞争中的名片具有很多竞争优势。面对机遇、挑战和竞争,企业要寻求发展,只有通过实施名牌战略,走名牌发展之路,不断提升企业的综合素质和产品的核心竞争力,以名牌产品占领市场,引领市场,拓展市场,才能使企业得以持续、稳定、高速、健康的发展。具体来说,企业实施名牌战略有如下意义和重要性:

(1) 名牌产品是企业市场竞争中的优秀名片,名牌战略可以促进产品销售,提高产品市场占有率和推进服务品质,形成广泛市场网络,和谐共赢。

(2) 实施名牌战略能有效促进企业形成卓越的企业文化,塑造企业的价值观念,规范员工思想道德行为。

(3) 实施名牌战略能有效促进企业管理科学化、系统化、规范化、程序化,不断提高企业的管理水平。

(4) 实施名牌战略有利于增强企业员工的凝聚力和向心力,增强团队协作精神。

(5) 实施名牌战略有助于提高企业经济效益,易于实现利润最大化的目的

(6) 实施名牌战略能使企业成为区域性经济发展的龙头,带动相关产业共同发展。

2. 企业产品获得名牌产品称号后会产生哪些效用?

名牌产品称号作为一种无形资产,能帮助企业在开拓市场、资本扩张、人员内聚等方面发挥重要作用。

(1) 聚合效应。名牌产品生产企业在资源获取方面容易得到社会的认可,社会的资本、人才、管理经验甚至政策都会倾向名牌。这样企业聚合了人、财、物等资源,可以充分发挥名牌的聚合效应,形成规模,产生规模效益。

(2) 光环效应。名牌产品作为同行业中的佼佼者,具有较高的知名

度和美誉度，给其带来美丽的光环。在这美丽光环的照耀下，能对消费者、政府、合作者及其他社会公众产生一种亲和力、吸引力及认同感。消费者会慕名而来，购买使用名牌产品，也会由此及彼，爱屋及乌，选购企业的其他产品，享受企业的其他服务；政府会因名牌产品而给予支持，爱护；合作者看到名牌的效应，也会加强合作，建立起良好的伙伴关系。而对于社会其他公众，也会更加关心名牌、谈论名牌、推荐名牌，给企业创造更佳的成长环境。

(3) 磁场效应。企业产品成为名牌拥有了较高的知名度，特别是较高的美誉度、追随度后，会在消费者心目中树立起极高的口碑，表现出对品牌的极度忠诚。人们会认为此名牌产品企业信誉好，购买或使用这种产品让人放心，更是一种享受。这样企业或产品就会像磁石一样吸引消费者，消费者会在这种吸引力下形成品牌忠诚，反复购买、重复使用，并对其不断宣传，而其他品牌产品的使用者也会在名牌产品的磁场力下开始使用此产品，并可能同样成为此品牌的忠实消费者，这样品牌实力进一步巩固，形成了品牌的良性循环。

(4) “核裂变”效应。当名牌产品发展到一定阶段后，它积累、聚合的各类社会资源及营销力量、管理经验就会产生“核裂变”，不断衍生出新的产品，新的服务，“核裂变”效应在名牌产品的聚合效应下使企业积蓄力量，成长壮大，在名牌的光环效应下使企业有效地发展，并不断开拓市场，占有市场，形成新的名牌。

(5) 内敛效应。企业的成功离不开员工的辛勤劳动，离不开优秀的管理。名牌企业往往以其良好的形象力使企业的目标和员工的精神状态得到提升，员工会产生自豪感和荣誉感，并能形成一种企业文化、工作氛围，给每一位员工以士气、志气，使员工精神力量得到激发，从而更加努力、认真地工作，提高工作效率。名牌产品的这种内敛效应聚合了员工的精力、才力、智力、体力甚至财力，可以使企业绩效得到不断提升。今天一些中国名牌企业内部团结、蓬勃发展的势头也证明了这一点。

(6) 宣传效应。名牌产品是一个区域的名牌，对于区域的发展来

说,还具有宣传效应、龙头效应、稳定效应及支柱效应。名牌产品形成后,可以利用名牌的知名度、美誉度传播企业名声,宣传地区形象,甚至宣传国家形象。

(7) 带动效应。名牌产品的带动效应是指产品对企业发展的拉动,对城市经济、地区经济、甚至国家经济的带动作用。名牌产品的带动效应也可称作龙头效应,带动着企业的发展,地区经济的增长。名牌产品可以优化企业内部资源,使资源得到充分利用,发挥最大的效用。同时,积蓄力量,积累经验,在时机成熟时衍生、创造出更多的名牌来,由此使企业不断成长壮大。发展壮大后的名牌产品企业很容易成为支柱企业,带动相关企业、相关行业的飞速发展。从而对城市、地区乃至国家经济产生拉动作用。

(8) 稳定效应。经济的发展并不是一帆风顺、一路平坦的,经济出现波动时就需要支柱企业稳定发展以促进经济稳定。名牌产品生产企业往往扮演着支柱企业这一角色,当一个地区的经济出现波动时,名牌企业的稳定发展一方面可以拉动地区经济,另一方面起到了稳定军心的作用,使人、财、物等社会资源不至于流失。这一点对于一个单一产业的地区尤为重要,支柱企业的稳定会使地区经济渡过难关。

3. 为什么说企业实施名牌战略能有效促进企业文化建设,树立良好的企业形象?

企业形象是企业自身在消费者心目中的地位和价值的体现。企业文化是企业生产和经营过程的精神依托。先进的企业文化和良好的企业形象是企业重要的无形资产,是企业参与市场竞争的有力武器。名牌战略同企业形象息息相关,名牌产品往往就是企业良好形象的具体证明,因此,企业在实施名牌战略时,首先应从企业内部管理入手,在企业生产经营各方面塑造和形成良好统一的价值观,例如质量观、名牌观、品牌观、营销观、生产观、环境观、安全观等等,形成企业良好的生产经营氛围和组织文化,在良好的组织文化环境中才能生产出高质量的产品。因此,名牌战略有助于企业形象的改善,良好的企业形象也有助于名牌

战略的实施，二者相互促进，相互保障。

4. 为什么说企业实施名牌战略可以促进市场占有率的提高？

在竞争激烈的市场面前，谁能展示精品，提供高质量的服务，谁就能占领市场，就能实现预期的经营目标。企业实施名牌战略，通过名牌产品的认定，并获得名牌产品证书后，通过在产品 and 包装上使用名牌产品标志，真正做到了把名牌产品与一般商品区别开来便于消费者识别。

在当前经济繁荣、商品非常丰富的市场经济时代，消费者购买产品时往往首选品牌产品名牌产品。企业如果不能通过实施名牌战略创造名牌产品，就很有可能被成熟的消费者所抛弃。事实证明，名牌产品的市场占有率和销售额都高于同类非名牌产品。

5. 为什么说企业实施名牌战略有助于增强企业员工的凝聚力和团队精神？

企业员工的同心力和凝聚力既是企业经营管理、科技创新等方面的本能力，也是企业发展过程中极为可贵的内在动力。名牌战略是企业文化的体现，也是增强企业凝聚力的粘合剂，一个具有知名品牌的企业在内部组织管理中更容易统一意志，协调行动。这种统一性和向心力是企业的宝贵财富，也是名牌产品对思想意识深刻影响的体现。

企业员工的团队精神和对企业的忠诚度可以通过实施名牌战略来培养和提高。企业实施名牌战略，一方面要求企业重视维护和保障员工的权益，另一方面使员工获得工作中的满足和心理上的满足及制造名牌的自豪感，使员工为企业尽职尽责。因此，实施名牌战略对内可以提高员工精神上的满足感和归属感，更能调动职工积极性，提高劳动生产率。同时，实施名牌战略也有助于企业各项工作的顺利开展。

6. 为什么说企业实施名牌战略有助于提高企业经济效益？

企业通过名牌战略的实施，一方面为企业各项管理提供了科学规范的行为意识和方法，为企业的科技创新、技术改进、质量检验、质量保证体系等提供了至关重要的支持；另一方面名牌本身是一种无形资产，其潜在价值有利于企业对其开发和利用。企业可以利用名牌的光环在企

业生产经营各阶段获得这种无形资产的效益，在投入阶段降低成本；在生产阶段精诚团结，降低生产成本和各项制造费用；在销售阶段利用名牌战略提高单价和销量，从而增加销售额和利润总额。名牌产品生产企业注重资源优化配置，把科技、质量、市场、信誉、效益放在整个生产经营的重要位置，努力提高核心竞争力。这种潜在的名牌效应是企业经营过程中应当很好利用的有价值资源，其使用并不逊于有形资产的作用。

7.为什么说名牌产品生产企业是区域经济发展的龙头？

名牌产品生产企业的龙头作用是由名牌产品生产企业的作用决定的，名牌产品生产企业可以极大促进一方经济发展，使地区优势得以发挥，并以名牌产品为核心，形成“名牌互联网络”。一是优化产业结构，促进资源的优化配置，为企业发展创造条件；二是振兴一方经济，形成新的经济增长点，开创区域经济发展的新局面；三是借名牌产品的名气，提高地区、企业知名度，树立地区形象，改善本地区内引外联的软环境，促进区域经济整体发展；四是名牌产品生产企业一般规模较大，核心竞争力较强，可以带动相关企业发展，围绕名牌产品形成产业链。

第三节 政府在推进名牌战略中的作用

1.为什么说实施名牌战略是我国质量工作的一项重要战略选择？

1996年国务院颁布的《质量振兴纲要》（以下简称《纲要》）明确提出，质量问题是经济发展中的一个战略问题，质量水平的高低是一个国家经济、技术、教育和管理水平的综合反映，已成为影响国民经济和对外贸易发展的重要因素之一。《纲要》明确提出，我国要经过5～15年的努力，从根本上提高对我国经济发展有重大影响的基础产业、支柱产业和新兴产业的整体素质，不断提高产品质量、工程质量和服务质量。支持有条件的企业创立名牌产品，鼓励企业实行跨区域合作，形成一批有相当规模的名牌企业群体和企业集团。因此，可以说实施名牌战

略是一个关系到提高我们国家综合国力和国际竞争力的重要战略问题，而不是一时一地的权宜之计，是作为我们适应市场经济发展需要，应对入世之后我们面临的国内国际经济竞争形势所采取的重要战略选择。

2.为什么要积极推进名牌战略的实施？

这是我们应对市场竞争、规范市场经济秩序、有效抑制假冒伪劣和促进经济健康发展的需要。

首先是应对市场竞争的需要。随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善，市场机制、市场竞争的作用日益明显，如何应对市场竞争已成为我们需要迫切解决而且必须解决的重要问题。入世之后，这个问题显得更加突出。一个国家，有没有名牌产品，有没有竞争力强的优势企业以及拥有名牌产品和优势企业的数量，是衡量这个国家经济发展是否具有竞争能力的重要标志，也是这个国家经济运行质量高低的综合反映。

现在一提到飞机，大家就会想到美国的波音和欧洲的空客，他们在民航市场上很有实力。一提到汽车，我们会想到美国的福特，德国的奔驰，日本的本田和丰田。还有饮食业的肯德基，9000多家餐厅遍布世界各地；麦当劳在120个国家和地区拥有将近3万家分店。所有这些国家，他们之所以能够在国际竞争中立于不败之地，或者是占据重要地位，在很大程度上得益于他们拥有一大批国际知名品牌。综观发达国家的发展，我们可以发现，哪个国家的知名品牌多，哪个国家的竞争优势就明显，竞争力也就越强。

党的十七大强调，我国要坚持走新型工业化道路，坚持以质取胜，确保产品质量和安全。质量水平低，甚至假冒伪劣泛滥，必将导致我国经济的畸形发展，“没有质量就没有效益，放任假冒伪劣国家就没有希望”。所以，在我们的经济发展战略中必须把推进实施质量发展战略放在重要位置，在质量发展战略里面，又要着重实施名牌发展战略，使我们有限的资源、有限的人力、物力和财力，真正集中起来，形成上规模的强势企业和名牌产品，有效应对市场竞争。

其次是规范市场经济秩序的需要。近年来，国家有关部门采取了很