

彭新沙 等著

铸造竞争之剑

——湖南省1996—2110年名牌产品发展战略研究

ZHUZAO JINGZHENG ZHIJIAN

■ 彭新沙等 著 湖南人民出版社

铸造竞争之剑

——湖南省1996—2010年名牌产品发展战略研究

责任编辑:车戈平
装帧设计:尹文君

铸造竞争之剑
——湖南省 1996-2010 年名牌产品发展战略研究
彭新沙 等著

*

湖南人民出版社出版、发行
(长沙市银盆南路 78 号 邮编:410006)
湖南省出版发行学校印刷厂印刷
2001 年 4 月第 1 版第 1 次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:8
字数:190.000

ISBN7-5438-2570-8
F·412 定价:14.50 元

序

1996年2月，湖南省八届人大四次会议审议通过了《湖南省“九五”计划和2010年远景目标纲要》，这是一份跨世纪的文献，为我省未来15年的改革开放和现代化建设描绘了一幅宏伟的蓝图，提出了我省跨世纪的总体战略目标。为了使这一蓝图尽早成为现实，需要各方面条件的配合，制定和实施相应时间跨度的全省名牌发展战略是对我省“九五”计划和2010年远景目标纲要的具体深化，也是实现我省跨世纪奋斗目标必不可少的一个重要条件。

湖南省自1994年以政府行为大力支持和推动企业开展争创名优产品活动以来，名牌事业取得了明显成绩，涌现了一大批名牌产品、名牌企业、名牌企业家，大大推动了全省经济发展与社会进步。然而，应该看到，在21世纪即将来临，知识经济曙光已跃出地平线的今天，严峻的挑战与巨大的机遇迫切要求我省寻求正确的应对之策，作出跨世纪的战略抉择。正是在这样的历史背景下，以湖南省社会科学院副研究员彭新沙为首的一批年轻的科研人员，紧紧扣住时代脉搏，从1996年5月以来，以高度的历史责任感认真开展了《湖南省1996—2010年名牌产品发展战略研究》课题的研究工作。1998年2月完成研究报告后，又经过半年多的进一步研究和著述，写出了《铸造竞争之剑——湖南省1996—2010年名牌产品发展战略研究》一书。为我省应对新世纪的挑战、抢抓历史机遇，提供了一份有价值的参考方案。

这本书篇幅虽然不大，但内容相当丰富。全书分为三篇十三章。第一篇为基础理论篇（包括第一、二、三章），这一篇分别对名牌战略与现代市场经济的内在联系、名牌战略系统论、名牌战略与两个根本转变的关系等基础理论问题进行了比较深入的探讨。第二篇为战略谋划篇（包括第四、五、六、七、八章），这一篇分别阐述了制定与实施湖南跨世纪名牌战略的必要性与迫切性、湖南跨世纪名牌战略面临的市场环境与发展趋势、湖南名牌事业的进展与存在的问题、湖南跨世纪名牌战略规划方案的基本构想、实施湖南跨世纪名牌战略的基本对策等几个十分重要的现实问题。第三篇为专题调研篇（包括第九、十、十一、十二、十三章），这一篇分别对全国部分省（区）市实施名牌战略的情况、湖南名牌产品及其生产企业的现状、湖南部分名牌企业实施名牌战略的经验、湖南省益阳市实施“名牌立市”战略的情况以及湖南名牌战略与农业产业化有机结合问题进行了介绍、总结和分析。

纵观全书，我认为具有以下鲜明特点：一是选题的重要性。实践反复证明，在现代市场经济条件下，名牌已成为一个国家或地区经济科技实力和社会发展水平的一个全局性、战略性指标，名牌战略则成为经济发展和社会进步的巨大动力。在知识经济时代即将降临中国的今天，名牌战略的重要性更加突出。因而名牌战略尤其是区域名牌战略问题成为中国改革开放和社会主义现代化建设中一个极重要的理论与实践课题，迫切需要开展深入研究。二是体系的完整性。全书三篇十三章形成了一个较为完整的逻辑体系。第一篇是基础理论探讨；第二篇是应用对策研究；第三篇是实证调查材

料。三篇之间既有相对独立性，又有着密切联系，形成一个有机的整体。三是内容的创新性。全书内容丰富，内涵深刻。其中许多观点或内容是国内外学术理论界尚未展开研究或尚未进行集中、系统、深入研究的“空白点”或“冷门”。例如：名牌战略与现代市场经济的内在关系；名牌战略的要素、结构、功能；名牌战略与农业产业化的相互关系；名牌战略与精神文明建设的关系以及区域名牌战略规划方案的规范化研究等问题，均是课题组负责人彭新沙率先在全国进行了比较集中、系统、全面的理论分析，并率先在中央、省级报刊杂志和全国性学术会议上公开发表，具有全国领先的创新意义。这些创新成果在本书中得到了全面反映。四是侧重区域性和应用性研究。这本书虽然涉及到名牌战略的一些基础理论问题，但重点放在阐明省级区域如何制定与实施名牌战略方面，具有很强的区域性与应用性特色。这可以从全书的体系结构中清楚地看出来。全书三篇十三章中，除第一篇的三章外，其余各篇章几乎都是围绕“区域”展开的应用性研究。五是对策措施的现实可行性。这本书作为一项应用对策性为主的课题研究成果，其最大价值就在于能够提出可操作性较强的应用对策。书中从企业、政府、社会三个层面分别提出了一系列现实可行的措施，尤其是企业对策的内容更丰富、更详尽。这些对策之所以现实可行，是因为它们都是从国内外名牌事业发展的实践中提炼出来的经验总结，已被证明是行之有效的。

当然，作为全国第一部区域名牌战略研究专著，不成熟、不完善是不可避免的，无疑会有局限与不足。例如国外如何实施区域名牌战略等问题，书中没有进行专门分析，有

待今后进行深入研究，以弥补其缺陷。尽管存在上述不足，但我对本书作者们面向实际，眼光敏锐、努力钻研的敬业精神和优良作风表示钦佩，对他们付出的辛勤劳动表示感谢！

我相信，这本书的出版将对湖南乃至全国名牌事业的发展发挥出积极作用。希望这本书成为广大读者尤其是企业家们的好参谋、好朋友。

湖南省社会科学院副院长、研究员 刘仕清

1998. 11. 30

目 录

第一篇：基础理论篇

第一章 名牌战略与现代市场经济的内在联系·····	(1)
第一节 名牌的定义和本质·····	(1)
一、名牌的定义与特征	
二、名牌的类型与名牌效应	
三、名牌的本质	
第二节 名牌战略的涵义与类型·····	(3)
一、名牌战略的涵义	
二、名牌战略的类型	
三、名牌战略的特征	
第三节 名牌战略是现代市场经济的必然产物·····	(5)
一、现代市场经济是竞争性经济，而竞争的“制高点”则是名牌	
二、现代市场经济是集约型经济，名牌是集约型经济的集中代表和强力杠杆	
三、现代市场经济是效益型经济，名牌能够带来巨大效益	
四、现代市场经济是消费者主权经济，而名牌是“上帝”的宠儿	
五、现代市场经济是开放型经济，名牌是畅行世界的“全球金护照”	

六、现代市场经济是高文化性经济,而名牌的实质是文化

七、名牌战略的必然性在中国当前的具体表现

第二章 名牌战略系统论..... (11)

第一节 名牌战略系统的要素..... (11)

一、主体要素

二、客体要素

三、环境要素

第二节 名牌战略系统的结构..... (17)

一、空间结构

二、时间结构

第三节 名牌战略系统的功能..... (21)

一、经济功能(物质文明功能)

二、社会文化功能(精神文明功能)

第三章 名牌战略与两个根本性转变..... (32)

第一节 名牌战略对经济体制根本转变的促进作用 (32)

一、名牌战略促进新经济体制微观基础的形成

二、名牌战略促进社会主义市场体系的健全和完善

三、名牌战略促进效率优先、兼顾公平的分配制度和
社会保障制度的发育完善

四、名牌战略促进新的宏观调控体系的建立与完善

五、名牌战略促进与国际市场接轨的开放型经济体制的
发育成长

第二节 名牌战略对经济增长方式根本转变的促进作用 (38)

一、名牌战略能够加速观念更新

二、名牌战略能够极大地促进产品和服务质量水平的不

断提高

三、名牌战略能够促使企业不断提高经营管理水平

四、名牌战略有利于优化资产结构和产业结构, 发展企业集团和规模经济

五、名牌战略有利于加速科技进步和提高劳动者素质

第二篇 战略谋划篇

第四章 制定与实施湖南跨世纪名牌战略的必要性与迫切性

..... (44)

第一节 实施名牌战略是增强我省经济竞争力, 加快缩小与发达地区差距的重要途径..... (45)

一、实施名牌战略是欠发达地区后来居上的有效途径之一

二、湖南近年来经济实力位次后移的重要原因之一是名牌战略实施力度及效果逊色于许多兄弟省区

第二节 实施跨世纪名牌战略是顺应世界经济一体化潮流, 在对外开放中振兴民族经济的必由之路..... (47)

一、对外开放是不可逆转的历史潮流

二、对外开放的双重效应

三、在对外开放中实施名牌战略, 振兴民族经济

第三节 实施名牌战略是市场经济条件下“两个文明建设”有机结合的迫切需要..... (51)

一、两个文明建设的有机结合是社会主义现代化进程中一个新的历史性课题

二、实施名牌战略是振兴经济与培育民族精神的有效途径

第五章 湖南跨世纪名牌战略面临的市场环境与发展趋势

- (53)
- 第一节 湖南跨世纪名牌战略面临的市场环境..... (53)
- 一、国内市场已由卖方市场转为买方市场, 市场竞争已进入“品牌竞争, 名牌争雄”阶段
 - 二、我国已多次降低关税并即将加入世贸组织, 国外资本和名牌将更大规模地进入国内市场
 - 三、国内市场的无序竞争、“诸侯经济”、外资垄断以及轻视质量长期稳定性等弊端将成为实施名牌战略的重大障碍
 - 四、国外市场尤其是发达国家市场早已进入名牌竞争阶段, 形成了一批大名牌, 积累了一整套有效占领全球市场的战略和策略
 - 五、世界经济一体化和贸易自由化将成为国际经济生活的主流, 同时区域经济集团化的消极影响、各种形式的贸易保护主义以及世界经济一体化的负面影响也将长期存在
- 第二节 世界名牌的发展趋势..... (59)
- 一、市场进一步向名牌集中
 - 二、经营业务日益趋向多元化
 - 三、以名牌为载体的大公司兼并浪潮进一步呈现全球化趋势
 - 四、名牌企业纷纷对亚洲市场特别是中国市场重点开拓
- 第三节 国内名牌战略发展趋势..... (62)
- 一、已基本走过企业自发、分散创名牌的初级阶段, 进入政府大力推动、社会积极支持与企业主动争创相结合的新阶段
 - 二、众多大名牌企业实施国际化经营战略, 向国际市场

进军, 实现跨国经营

三、银行更加重视扶持名牌企业, 银企主动携手共创中国名牌

四、以拥有自主知识产权的国产名牌为龙头和纽带的资产重组与联合方兴未艾, 营造出振兴民族经济的“航空母舰”

五、更加重视质量和服 务, 自觉培育和维护名牌信誉

第六章 湖南名牌事业的进展与存在的问题…………… (68)

第一节 湖南名牌事业的进展…………… (68)

一、实践活动的发展

二、理论研讨的开展

三、舆论宣传的拓展

第二节 湖南名牌事业的差距与问题…………… (73)

一、名牌产品生产规模偏小, 地域分布极不平衡

二、企业商标意识薄弱, 注册商标太少

三、农业名牌工作尚未引起应有的重视

四、全省名牌战略领导机构不够健全, 层次偏低, 工作不够统一协调

五、企业营销水平不高, 产品促销乏力

六、名牌战略理论与对策研究不够活跃, 研究队伍偏小, 重大成果偏少

七、没有建立有关民间社团, 使企业与政府之间在名牌事业上缺乏足够必要的联系渠道

第七章 关于湖南跨世纪名牌战略规划方案的基本构想…………… (79)

第一节 战略指导思想…………… (79)

一、战略指导思想的表述

二、战略指导思想的基本点

第二节 战略目标.....	(81)
一、总体目标	
二、具体目标	
第三节 战略原则.....	(85)
一、以市场为导向	
二、以企业为根本主体	
三、以质量为基础, 以效益为中心	
四、扬长避短, 发挥比较优势, 与建设湖南特色经济相结合	
五、保护和促进民族经济发展, 维护国家经济安全	
六、坚持科学、公正、公开评价认定名牌	
七、坚持分层管理, 健康有序	
第四节 战略重点与战略阶段.....	(87)
一、战略重点	
二、战略阶段	
第八章 实施湖南跨世纪名牌战略的基本对策.....	(91)
第一节 企业对策.....	(91)
一、强化名牌意识, 树立创名牌的志气和勇气	
二、大力实施商标战略	
三、深入实施质量战略	
四、全面实施科技战略	
五、强化实施营销战略	
六、持续实施人才战略	
第二节 政府对策.....	(104)
一、更新观念, 优化舆论环境	
二、加强领导, 充实组织机构	
三、制定规划, 引导主体行为	
四、扶持保护, 完善政策法规	

五、强化监管,健全管理制度	
六、突出重点,实现有机结合	
七、地市配合,形成全省联动	
第三节 社会对策.....	(113)
一、发展社会化中介服务组织	
二、建立名牌事业促进组织	
三、建立“著名商标保护组织”	
四、建立名牌战略研究组织	

第三篇：专题调研篇

第九章 全国部分省(区)市实施名牌战略情况考察.....	(116)
第一节 东部地区若干省市实施名牌战略情况简介	(117)
一、江苏省	
二、上海市	
三、广东省	
第二节 中部地区若干省份实施名牌战略情况简介	(122)
一、安徽省	
二、湖北省	
第三节 西部地区若干省区实施名牌战略情况简介	(128)
一、新疆维吾尔自治区	
二、四川省	
第四节 综合分析及其主要结论.....	(133)
一、实施名牌战略已成为社会共识	
二、各级政府加强了对名牌战略的引导和规范	

三、实施名牌战略促进了企业改革和发展	
四、新闻媒介营造了良好的社会舆论氛围	
五、名牌产品评审认定趋于规范化、科学化	
六、东中西部名牌分布很不平衡且各有特点	
七、各地实施名牌战略中存在的主要问题	
第十章 湖南名牌产品及其企业现状考察	(139)
第一节 湖南名牌产品和名牌企业结构分析	(140)
一、名牌产品的产业分布结构	
二、名牌产品的区域分布结构	
三、名牌企业结构	
第二节 湖南名牌产品和名牌企业比较分析	(150)
一、省内比较	
二、全国比较	
第三节 结论与建议	(152)
一、我省已形成了以农副产品加工、化工、机械、冶金工业为主体, 涉及 23 个工业行业的名牌产品体系	
二、我省名牌产品主要集中在东部和中部地带	
三、我省现有名牌产品生产企业国有企业占 70% 以上, 但企业规模偏小, 科技水平有待进一步提高	
四、我省名牌产品与先进省市相比, 存在较大差距	
第十一章 湖南部分名牌企业案例调查	(155)
第一节 食品、饮料行业	(155)
一、湖南旺旺食品有限公司	
二、湖南湘泉集团	
第二节 医药、纺织行业	(160)
一、衡阳中药实业股份有限公司	
二、湖南省桃源纺织印染厂	
第三节 其他行业	(166)

一、湖南迅达集团

二、湖南正虹饲料股份有限公司

第十二章 湖南省益阳市实施“名牌立市”战略情况调查

..... (173)

第一节 益阳市为什么要提出和实施“名牌立市”战略

..... (174)

一、世纪之交国际国内形势大背景的启示

二、对益阳市经济发展进行剖析和反思的结果

三、对现代市场经济本质和规律深入认识的产物

第二节 益阳市如何制定和实施“名牌立市”战略

..... (176)

一、市委、市政府大力引导和推动

二、企业主动争创名牌

三、发动社会各界努力帮助企业创立和发展名牌

第三节 益阳市实施“名牌立市”战略的主要特点和经验

..... (185)

一、市党政领导思想统一，领导得力

二、密切结合本市资源特色创立名牌

三、把名牌战略与经济结构调整和实现两个根本性转变
有机结合起来

四、创立名牌尤其是农副产品加工名牌，有利于实施再
就业工程

五、重视商标战略、质量战略、技术战略、营销战略、
CI 战略

六、搞好资产营运，缓解资金困难

第十三章 湖南名牌战略与农业产业化有机结合的问题探讨

..... (189)

第一节 二者结合的可能性..... (189)

一、有关概念的界定	
二、名牌战略与农业产业化的一般关系	
三、我国已进入名牌竞争和新的农业产业革命阶段	
第二节 二者结合的必要性及迫切性.....	(192)
一、我国农产品市场“皇帝女儿不愁嫁”的状况已基本改观	
二、农业产业化与名牌战略具有互相促进作用	
第三节 实现二者有机结合的若干对策建议.....	(195)
一、更新观念，统一认识	
二、制定和实施全省农业名牌战略	
三、大力实施乡镇企业农产品名牌战略	
四、大力实施轻纺工业名牌战略	
五、把农产品良种培育、精深加工和出口创牌作为我省农业名牌战略的突破口	
六、热情鼓励和积极引导国内外大中型名牌企业进入农业领域，充当农业产业化的“龙头”	
附 录.....	(200)
主要参考文献.....	(236)
后 记.....	(237)