

奥克斯

JNBY

康恩贝

欧诗曼

FOTILE 方太

品牌崛起

——浙江省工业品牌的现状与展望

主 编 许伟杰 王思齐 严晓青

副主编 姚利权 李 芸 杜艳艳 盛 婕



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

品牌崛起

——浙江省工业品牌的现状与展望

主 编 许伟杰 王思齐 严晓青

副主编 姚利权 李 芸 杜艳艳 盛 婕



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

品牌崛起:浙江省工业品牌的现状与展望 / 许伟杰, 王思齐, 严晓青主编. —杭州: 浙江大学出版社, 2016. 5
ISBN 978-7-308-14703-3

I. ①品… II. ①许…②王…③严… III. ①工业发展—品牌战略—研究报告—浙江省 IV. ①F427. 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 100554 号

品牌崛起——浙江省工业品牌的现状与展望

主 编 许伟杰 王思齐 严晓青

副主编 姚利权 李芸 杜艳艳 盛婕

责任编辑 张作梅

封面设计 张作梅

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江时代出版服务有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 33

字 数 441 千

版 次 2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-14703-3

定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

前 言

“历经千辛万苦、说尽千言万语、走遍千山万水、想尽千方百计”，宗庆后、鲁冠球、李书福等一批浙江企业家凭着“四千精神”闯荡世界，以他们为代表的浙商群体成为了浙江经济最响亮的品牌，同时也成就了一批在国内外颇具知名度和竞争力的浙江工业品牌。但如今，这个群体面临着“后继乏力”的困境，浙江工业品牌也面临着老化、群体竞争力不足、新锐品牌成长乏力的尴尬局面。

浙江是民营经济大省。但是近年来，随着经济全球化进程的加快，经济改革进入到深水区，技术创新、产业创意等越来越成为工业企业发展驱动力、生命力、竞争力的背景下，浙江省工业企业面临着经济转型升级不够快、产业布局散、企业规模小、技术创新体系不健全、企业研发能力弱等因素的制约。就本质而言，目前浙江经济发展遇到的瓶颈，不是由于欧债危机和 2008 年金融危机外溢效应造成的，而是在于自身原有的产业结构和创新危机。换言之，这种困境是一种历史的必然。在全球经济尚未大幅回暖的情况下，浙江如何激发经济新活力，如何破解传统“浙江模式”中内含的脆弱因子而创造、催生出一一种新的经济发展生态和形态，如何充分挖掘浙江人的聪明才智，重新领跑全国经济，都是摆在全体浙江人面前的一大课题。浙江省省长李强在 2013 年 3 月 28 日召开的浙江省政府 2013 年第一

次全体会议上表示,浙江将着力建设“三名工程”,即建名企、出名品、育名家,可谓是省政府重新审视浙江经济发展模式、思考浙江经济内涵高屋建筑、具有战略眼光的谋划和布局。

目前,从现有的浙江全国著名工业品牌来看,传统产业占有相当高的比例;区域著名品牌与产业传统也有千丝万缕的关系;从品牌创建者年龄结构来看,基本属于改革开放以后第一代开拓者;从整体的品牌构成和类比竞争力来看,存在着多而散、散而弱的特征;真正具有高附加值的品牌数量并不多;与世界对接,且具有国际竞争力的品牌更少,具有像可口可乐这样高品牌价值的品牌则几近空白。

浙江聚集了大量低、小、散企业。这些企业曾经对于创富浙江作出过不可磨灭的贡献。但这些中小微企业目前面临的困难已经很难用几句话可以概括了,生存危机使品牌意识更加淡薄。今后,浙江必须继续大力推进产业升级,促进传统产业提升和新兴产业培育。“浙江要发展制造业和服务业,培育百亿元级名企业,提升产品竞争力,形成完整产业链。”

值得欣喜的是,浙江省正全面铺开“智慧经济”,“浙江制造”将逐步向“浙江智造”转变;“电商换市”也将重新激发浙江人的创新精神;新的生产形态、新的产品形态、新的营销形态都将不断涌现;具有浙江特质的浙江品牌同样会以一种全新的态势呈现在世界面前。

作为浙江省省属重点高校,浙江工业大学有责任、有义务对浙江省的工业品牌发展历程进行梳理,对浙江省工业品牌的发展过程中存在的问题和不足作出尽可能客观的分析、评价,并对浙江省工业品牌的今后的发展提出展望。这是浙江工业大学品牌动力研究所撰写本书的初衷,希望它对推动浙江省工业品牌的发展起到抛砖引玉的作用。

绪论 / 001

总论篇

第一章 浙江省工业发展历程 / 013

第一节 改革开放前的工业化历程 / 015

第二节 改革开放后的工业化历程 / 018

第三节 浙江省工业化的成就与挑战 / 029

第四节 小结 / 035

第二章 浙江省工业品牌发展历程 / 037

第一节 中国工业品牌的发展轨迹 / 040

第二节 浙江省的工业建设与品牌发展总体状况 / 045

第三节 小结 / 049

第三章 浙江省工业品牌发展现状 / 051

引言 / 052

第一节 浙江品牌发展的阶段性历程 / 054

第二节 区域品牌实践战略 / 060

第三节 浙江省工业品牌发展特点 / 065

第四节 浙江省工业品牌特色成因 / 070

行业篇

引言 / 077

第一章 汽车工业 / 078

第一节 浙江省汽车工业发展基本情况 / 080

第二节 浙江省汽车工业企业自主品牌创新情况 / 082

第三节 浙江省汽车工业品牌竞争力分析 / 085

第四节 浙江省汽车工业品牌发展存在的问题 / 099

第五节 浙江省汽车工业品牌发展前景分析 / 103

第二章 装备制造工业(机械) / 105

第一节 浙江省装备制造工业发展基本情况 / 107

第二节 浙江装备制造工业品牌在全国的位置分析 / 119

第三节 浙江省装备制造工业品牌竞争力分析 / 126

第四节 浙江省装备制造工业品牌发展存在的问题 / 129

第五节 浙江省装备制造工业品牌发展前景分析 / 132

第三章 家电工业 / 133

- 第一节 浙江省家电工业发展基本情况 / 135
- 第二节 浙江省家电工业品牌发展状况分析 / 137
- 第三节 浙江省家电工业品牌竞争力分析 / 144
- 第四节 浙江省家电工业品牌发展存在的问题 / 148
- 第五节 浙江省家电工业品牌发展前景分析 / 150

第四章 医药工业 / 152

- 第一节 浙江省医药工业发展基本情况 / 154
- 第二节 浙江医药工业主要企业品牌创建情况 / 156
- 第三节 浙江省医药工业品牌竞争力分析 / 163
- 第四节 浙江省医药工业品牌发展存在的问题 / 170
- 第五节 浙江省医药工业品牌发展前景分析 / 173

第五章 食品工业 / 176

- 第一节 浙江省食品工业发展基本情况 / 178
- 第二节 浙江省食品工业主要企业品牌创建情况分析 / 181
- 第三节 浙江省食品工业品牌竞争力分析 / 191
- 第四节 浙江省食品工业品牌发展存在的问题 / 198
- 第五节 浙江省食品工业品牌发展前景分析 / 201

第六章 服装产业 / 204

第一节 浙江服装业品牌分布情况 / 206

第二节 浙江服装品牌竞争力与影响力分析 / 216

第三节 浙江服装品牌的发展前景分析 / 222

第七章 老字号 / 226

第一节 浙江老字号的品牌分布情况 / 228

第二节 浙江老字号的传承与创新 / 235

第三节 浙江老字号的发展前景分析 / 243

地区篇

引言 / 249

第一章 杭州地区省级产业集群示范区品牌建设 / 252

第二章 宁波地区省级产业集群示范区品牌建设 / 262

第三章 温州地区省级产业集群示范区品牌建设 / 269

第四章 嘉兴地区省级产业集群示范区品牌建设 / 281

第五章 湖州地区省级产业集群示范区品牌建设 / 293

第六章 绍兴地区省级产业集群示范区品牌建设 / 304

第七章 金华地区省级产业集群示范区品牌建设 / 312

第八章 台州地区省级产业集群示范区品牌建设 / 321

第九章 其他地区省级产业集群示范区品牌建设 / 331

第一节 衢州地区省级产业集群示范区品牌建设 / 332

第二节 舟山地区省级产业集群示范区品牌建设 / 334

第三节 丽水地区省级产业集群示范区品牌建设 / 338

案例篇

引言 / 343

第一章 杭州地区 / 344

第二章 宁波地区 / 366

第三章 温州地区 / 379

第四章 台州地区 / 392

第五章 湖州地区 / 403

第六章 绍兴地区 / 413

第七章 金华地区 / 424

第八章 嘉兴地区 / 435

第九章 舟山地区 / 441

第十章 丽水地区 / 447

第十一章 衢州地区 / 453

结论篇

附录一 / 469

附录二 / 507

后记 / 515

参考文献 / 518



绪 论

*** 研究对象

*** 章节安排与格式

综观世界各先进国家的发展史,可以清楚地发现,现代化进程大多都依次经历了农业、工业、商业的路径。中国的国家现代化也基本是循着这个轨迹进行的。中国的经济现代化严格地说是从1978年才正式展开。30多年间,中国现代化的成绩是举世瞩目的,无论从产能、产值还是质量来看,都取得了巨大的成就。然而,快速的经济发展也急速地将中国的经济发展不断地推上更高的台阶,让产业无可避免地面临巨大的转型升级压力。

浙江省自古以来就是中国经济重地。改革开放初期,又为中国经济发展的先发省份。在政策引导和人民勤劳、自觉的前提下,成为中国经济最富裕的省份之一。然而,先发的小、灵、快优势也为浙江现代工业发展带来了诸多压力:在各项社会成本逐渐推高、技术创新要求越来越高的现实背景下,浙江省也成为中国面临产业升级压力最大的省份之一。

先进国家的经验告诉我们,通过设计、工艺、质量等方面的提升,以增加产品的附加值是产业升级的必经之路。此外,摆脱为人代工作嫁的结构,创建自主品牌,更是工业自主创新的最高目标。在各类品牌之中,工业品牌更是重中之重。毕竟,没有坚强的工业品牌,就不可能在自主的条件下,创建坚强的商业品牌。

工业品牌与商业品牌的主要不同就在于要求对象的不同。商业品牌是针对消费者进行的品牌建设活动;工业品牌则是以行业为对象进行的品牌建设活动。因此,商业品牌的重点往往是宣传与造势;工业品牌的重点则是以成为

行业领袖为目标。因此,当商业活动日趋活跃,大部分的目光都聚焦于商业品牌的时候,我们认为工业品牌才是应该关注的重点。因为工业品牌是设计、工艺、质量的总体表现;是企业的硬功夫所在;也是确保商业品牌能够顺利推进的动力所在。

正是基于这个认识,原中共浙江省委书记赵洪祝在《2012浙江省工业发展报告》的序言中强调:“工业是实体经济的主体,其产品技术含量、质量及其加工工艺水平和技术装备水平,是一个国家和地区经济发展水平、科技发展水平乃至文化发展水平的综合体现。要认真贯彻《浙江省工业转型升级“十二五”规划》,抓紧启动全省工业强县(市、区)建设试点工作,推动工业经济发展由主要依靠物质消耗向创新驱动转变,加快浙江从工业大省向工业强省迈进。”

抱着同样的认知,我们希望通过这份研究报告,对浙江省工业发展的历史与特性进行梳理,并期望从中寻找规律,同时提出一些可行的建议,为浙江省的工业品牌建设略尽绵薄之力。

第一节 研究对象

浙江省地域不大,(10.4141 万平方公里),人口五千余万,矿产以非金属矿产为主。除位居长三角范围内的优势外,先天条件并不适宜工业发展。然而,浙江人民凭着聪明、勤劳,自古以来就让浙江成为了中国的经济重镇。改革开放以来,浙江又率先加入经济发展的行列,并取得巨大的成就。浙江的经济是以“县域经济”为主要发展方式,并且通过产业集群的方式形成整体性的力量。这种结构让浙江的经济发展既具有一定的“羊群”效应,又可以灵活地多元发展,为经济的快速发展提供了速度和效率的动能。“浙江模式”曾经是个十分值得研究的经济现象。

目前,浙江省的产业集群约有 42 个,包含:杭州产业集群、萧山产业集群、余杭产业集群、宁波产业集群、慈溪产业集群、乐清产业集群、临安产业集群、绍兴产业集群、嵊州产业集群、海宁产业集群、平

湖产业集群、金华产业集群、永康产业集群、义乌产业集群、黄岩产业集群、温岭产业集群、长兴产业集群、衢州产业集群、舟山产业集群、缙云产业集群、台州产业集群、富阳产业集群、建德产业集群、余姚产业集群、温州产业集群、永嘉产业集群、南浔产业集群、安吉产业集群、德清产业集群、桐乡产业集群、嘉兴产业集群、嘉善产业集群、诸暨产业集群、新昌产业集群、东阳产业集群、兰溪产业集群、江山产业集群、舟山产业集群、路桥产业集群、临海产业集群、龙泉产业集群、遂昌产业集群等。这些产业集群基本上各有其支柱产业及经营特色,因此造成浙江省的工业发展较具全面性。这与我国其他省份的工业发展历程有着较为显著的差异。

由于工业发展是以产业集群的方式开展的,因此浙江省的工业类型较为全面,并且基本上每个产业集群以各自的特色加以建设的。而且这些产业集群并非画地为牢、各自为政,而是在产业链的概念下,进行了纵向的连结与合作。总体而言,这些产业类型可以被归并为以下的主要产业类型:

1. 机械产业部分:包含了五金业、模具业、泵阀业、锯床业、轴承业、金属制品业、工业电气业、汽车及摩托车零配件业、蓄电池业、家电业、汽车空调零部件业、光机电业、船舶修造业、金属资源再生业、装备制造业;

2. 纺织产业部分:包含了化纤纺织业、棉纺织业、针织业、家纺业、袜业、领带业、服装业;

3. 科技产业部分:包含了节能照明及新光源业、电子信息业、磁性电子业等;

4. 化学工业部分:包含了造纸业、氟硅业、精细化工、化工新材料业、医药化工、生物医药业等;

5. 一般产业部分:包含了皮革制品业、鞋业、饰品业、木材加工

业、木地板业、椅业、海洋生物与海产品深加工业、休闲用品业等。

相较于其他省份和地区,可以清楚地看到,浙江省的产业发展是较为均衡和全面的。然而,这种结构却也使得浙江的产业资源较为分散,不易形成“拳头产业”。此外,在产业链的概念下,产业集群之间的主次顺序已经建立,形成了若干重点产业集群,成为浙江省经济发展的主要力量。由于我们研究的目的是工业品牌的发展历程与建设,且各个产业之间具有从属性(模具业、泵阀业、锯床业、轴承业、汽车及摩托车零配件业都与汽车品牌有关),为避免过于庞杂和失焦,研究将聚焦于最具代表性的产业集群和较为重要的产业。经过归并后,我们把产业研究主要落在汽车产业、装备制造业、家电工业、医药(生物)工业、服装工业、食品工业。产业集群部分,经过比较后,将集中于杭州地区产业集群、宁波地区产业集群、嘉兴地区产业集群、金华地区产业集群、温州地区产业集群、绍兴地区产业集群、台州地区产业集群、湖州地区产业集群为主。为免遗珠之憾,对于不在上述产业集群中的工业品牌,将在其他地区产业集群中进行介绍。

第 二 节 章 节 安 排 与 格 式

作 为总体性的研究,本报告共分为六大部分,分别为总论篇、行业篇,地区篇、案例篇、结论篇及附录。以下为各篇的论述重点介绍:

一、总论篇:主要的目的是对浙江省的制造业及其品牌建设的历程进行历史性的回顾。目的是为整个报告建立细部研讨的框架,并在这个框架下,对浙江省制造业的特色进行描述,作为后续各章的探讨基础。全篇分为三章。第一章是从总体的视角,介绍浙江省的工业建设及工业品牌的发展历程,为研究建立宏观的观察框架。第三章是对浙江省制造业的发展现况进行描述,并从中提取出若干特色,作为浙江省制造业的观察视角。

二、行业篇:浙江省的制造业具有多样性,与其他地区的制造业发展有相当大的区别。原因是浙江省的制造业发展模式与其他地区不