



郭继强同志近照

序 言

韩 修 国

我很高兴向社会各界、尤其是企业界推荐《名牌发展战略理论与实践》一书。

《名牌发展战略理论与实践》是中共甘肃省委党校经济社会发展研究所郭继强同志历经三载有余，潜心研究，在甘肃省科学技术委员会 1995 年度的软科学重点课题《甘肃省走出经济困境实施名牌发展战略的理论及其对策研究》的基础上完成的。该书从理论与实践的结合上提出了名牌发展的新思路、大框架、大战略，把名牌上升到国家、民族、乃至人类社会的物质文明和精神文明、人类社会的发展前途这样的制高点去研究。同时，该书从中外名牌发展的历史、人类社会的文明进步史、工业革命史出发，把名牌的发展与社会经济、政治、科技、军事、外交、文化等诸方面结合起来研究，把名牌及名牌事业与机制、制度、法律、法规、人类社会形态等结合起来研究，并着重把甘肃省名牌及名牌事业同全国和国外的名牌及名牌事业结合起来进行定量对比和定性分析、研究，既有理论指导性，又有可操作性。

我与郭继强同志相知早，相识晚。他是白银市会宁县人。我在白银市委工作时曾收到过他的来信，对家乡的建设和发展提出了很好的建议。1997 年我们在甘肃省名牌战略高层论坛会上相遇相识，看到了他提交的 6 篇论文和在报刊上发表的十多篇有关名

牌发展战略的论文，对他有了进一步了解。一个青年学者在文章的字里行间，炽烈地跳动着、期盼着我们省、我们国家和民族快速健康发展、繁荣富强的火热的事业心。

郭继强同志出生后不久母亲就去世了，他的幼年、少年都是在与宁夏回族自治区西海固接壤的会宁县新塬乡的那个沟壑纵横、梁峁秃瘠的黄土高坡上度过的。他历经并尝试了在贫困的逆境之中磨炼的艰辛和数历的坎坷。正如西方一位哲学家所说：“幸运固然令人羡慕，但战胜逆境则更令人敬佩。”“幸运所需要的美德是节制，而逆境所需要的美德是坚忍，后者比前者更为难能。”“梅花香自苦寒来。”他的简历和科研成果已被《中国当代学者大词典》即《中国百科学者传略》收录。有几十篇学术论文、调查报告、人物传记、报告文学、人物通讯，在中央、省市级刊物上发表。近年来他主持完成了两个省级课题和两个校、所级课题。他的文章笔锋犀利，思维敏捷，事理结合，朴实大度。

前面讲到，该书是在我省重点课题《甘肃省走出经济困境实施名牌发展战略的理论及其对策研究》的基础上完成的。为使广大读者对该书有进一步了解，介绍一下专家们在评审《甘肃省走出经济困境实施名牌发展战略的理论及其对策研究》这一课题成果时的意见是有意义的。专家通过评审认为该项研究在省内具有领先水平，填补了省内空白，从一定意义上讲，本项研究形成和开拓了我省系统研究名牌发展战略之先河，具有重要的理论价值和应用价值。

1. 该项研究成果从理论与实践的高度，提出了发展名牌对参与经济竞争的重要意义。在列举了国内外大量事实与资料的基础上，提出了名牌是振兴甘肃经济的强硬杠杆，是甘肃走出经济困境的最佳途径和选择。从而进一步认为，在甘肃这样一个经济不发达的省份，实施名牌战略具有十分的必要性、重要性、紧迫性

及可能性。研究成果的见解透彻，能起到鼓舞士气、催人奋起的效果。

2. 该项研究对甘肃名牌发展战略进行了比较系统科学的设计，是可行的。基础是对省情、国情的深刻认识和对未来发展时期内国际市场竞争态势的预测。特别是研究成果全面地估计了甘肃实施名牌发展战略的有利条件，指出了存在的问题和障碍，提出了对策和措施，形成了一个从理论到实践，再上升到决策高度的合理体系。该项研究能够提供大量科学的决策咨询信息，具有重要的应用价值。

3. 该项研究在方法论上有突出的特点。主要有把具体和抽象统一起来，把制度分析和结构分析结合起来，从逻辑和历史进程的结合部，研究名牌问题，进行多学科的综合探索，具有新意，并在某些方面提出了一些新观点。

4. 该项研究比较系统，形成了科学的框架体系。该项研究在对名牌、名牌战略概念作出理论探讨的基础上，论述了发展名牌的重要战略意义，阐明了甘肃省名牌发展战略的指导思想、战略原则、战略重点、战略难点、战略目标，以及甘肃省名牌发展的微观战略即企业战略，它包括人才战略、资源战略、资金战略、高科技战略、生产战略、全面质量管理战略、商标战略、企业集团战略、营销战略、技改战略等十大战略。论述了甘肃省名牌发展的中观战略，提出了1996年至2050年这55年的近期、中长期和远期三大战略目标，并分为六步走。同时分为高方案、中方案和小方案，进行方案优选，微观与宏观结合，现实与未来结合，理论与实践结合，符合逻辑。

5. 该项研究具有较强的操作性。该课题研究的突出特点，是能够对甘肃省的名牌发展战略，不仅在理论方面提出了框架体系，而且在实践方面具有可行的操作应用价值，对全省诸多行业和品

牌及其生产等领域，比较系统地提出了如何发展名牌等具体操作方案。

专题研究成果取得了可喜可贺的成绩，毋庸置疑，在此基础上深化而形成的著述则会有更高的价值。

历史在前进，社会在发展，知识经济的新时代正向我们招手。尊重知识，尊重人才，在知识经济的时代尤显突出和重要。我是怀着期盼的心情作此序言，序虽不尽如人意，但本意在于希望全省实施名牌战略能通过知识的武装而更加广泛更加深入地开展。

1998年6月22日

作者小传

郭继强，曾用过子周、驄相、宇涛、迅子、尧焰强、纪强等笔名。1958年古历12月21日出生。祖籍山西大槐树一带，祖先流离迁徙于平凉静宁和庄浪一带，最后落脚到甘肃会宁。出生长大在与宁夏西海固毗邻的会宁新塬的黄土高坡。他出生后母亲去世。一直在1991年第三次迁葬母亲的坟墓时，才看见过一堆白骨。在32年之后，当他第一次看到母亲的白骨时，他痛苦地说：“母亲太可怜了，她来到人世间，只给了儿子一条幼小的生命，又离开了人间。……”其实留下来的这个婴幼儿更可怜。1958年岁末，母亲去世后被埋葬时，带走了集体的一盘烂糖和家里的一叶烂席。足见他一直在困顿和十分艰辛的环境里长途跋涉的影子来。家庭的不幸和困顿，家乡不毛之地、恶山苦水的地理地域，从小使他饱偿了“天下苦瘠，甲于天下”的生活苦水，幼年、少年、青年时代，一直忍受着生活的折磨和煎熬。吃苦苦菜，喝碱咸水，推大石磨，点煤、柴油灯，住土窑洞，上山打柴，从往返近20里地的河沟里挑咸水，在地里捡吃变坏的干洋芋，抓吃田鼠、麻雀、野鸽肉，都是他的“拿手戏”。农活，他样样干得很出色，由于他力气大，乡亲们都说他是“大力士”；由于干活很迈力气，伙伴都喜欢跟他一块干。他家曾三代人，三口人，奶奶、父亲、他。奶奶拉扯他更是受尽了苦和累，硬是用“鸡屁股银行”钱供他上完了小学、中学和大学。上学时穿着国家救济的海军军服和老师送的衣服，八九岁时光着脚丫子。1981年结婚时，这个半现代派青年，只做了一套衣服，一床被子，除了简单的灶具，再没

有任何家什。给新娘子什么信物都未送,朋友说他“太寒伧”。1993年以前,曾先后一直在全国绝对贫困的社、村、乡、县、地区劳动和工作,曾先后担任过农村基层干部;当过一家公司的合同工;一家教育学院的团委书记,治保委员会副主任,函授组组长;教过《中国文学史》、《写作》等大学课程;当过一家中学的语文、政治教师;一家县委党校副校长、县职教中心副校长;也曾在一家县委组织部工作,担任过县委组织员;1993年底至今在中共甘肃省委党校经济社会学发展研究所从事多方面的研究工作。从担任某村基层领导职务至今,先后在村、乡、县、地区单位和省直单位的十多个工作岗位上工作过。特别是在贫困地区的十多个工作岗位上工作时的每日每时,使他亲眼所见、亲身经历民众生活的窘迫,也因此,对民众和社会地位低下的人们的疾苦体察深刻,一直关心着他们的生活,体恤他们的困难,从小养成了忧国忧民的习惯。他感触极深地说,忧国忧民,不只是大人物的事,小人物也同样应该位卑未敢忘国忧,天下兴亡,匹夫有责!他讥笑那些饱食终日、无所事事的人们。对于贫困和贫困的人们,每见此状,每提此疾,总是鼻子酸痛,泪湿案纸。1980年6月在一家很普通的大学毕业时,浑身上下打着24个补丁,同学们打哈哈:“你这套衣服可以进博物馆。”1981年他下乡到通渭县,听到孟克元是全县穷出名的特困户,于是就骑自行车专程到往返五六十里地的襄南乡孟家窑社去看望了这位无亲无故、素不相识的农民老兄,把他结婚时的上衣脱下来送给了他;当组织员时,当听见某面粉厂车间着了火,他是县委、县政府两大院第一个冲到现场灭火的;邻居家着了火,他带着8岁的女儿去抢救;也曾在一家公司承建的工程塌方事故中,他冒着危险去救人,因此,这家公司给他赠送了“高尚情操”的锦幅。从这些小事中可看出他思想上的变故和他的个人品格来。

13岁那年他一口气读完了《说岳全传》,后来读了包公、林则

徐、孙中山、鲁迅等人物传记,那“精忠报国”、铁面无私、秉公执法、匡危济世、罢奸黜邪、“开国承家,小人勿用”、“海纳百川有容乃大,壁立万仞无欲则刚”、天下为公、“铁肩担道义,妙手著文章”、“横眉冷对千夫指,俯首甘为孺子牛”、“我以我血荐轩辕”等的传统文化精华对他有很深的影响。1982年以后,开始接受了新潮文化的影响,也因之,传统文化和新文化思想的摩擦与碰撞,长时间地使他陷入深深的痛苦和力主变革现实的环境之中去。其实他是少年识得愁滋味。也因之,追求真理,报打不平,善于鞭笞恶势力,忧国忧民,豪放而又拘谨,旷达而又细慎、喜笑怒骂而又委婉曲折、实事求是而又灵活坦诚是他的性格和文风的聚光点。他从小得到的磨炼是人生的一笔独特宝贵的财富,他坚信美丽、争奇斗艳的花朵是镶嵌在暗淡的背景之上的,他喜欢“与有肝胆人共事,从无字句处读书”。于是他养成了善于调查研究的习惯,他主张走进书本,更重要的是力主走出书本。正因为这样,他写出的文章,生活气息浓郁,总是寓事实、寓哲理、寓文学性于一体,并符合实际和逻辑,源于生活,同时文章格调清新流畅,气度恢宏、雄浑,富有朝气,给人一种发愤向上的启示。朋友说他是“豪放派”,他回答:“其实一点儿都没放开!”

他十分喜欢松、竹、梅岁寒三友。他喜欢松柏那傲视苍穹和领略“北国风光,千里冰封,万里雪飘”以及“大雪压青松,青松挺且直”的坚韧性格;他喜欢“梅花欢喜漫天雪”,迎风斗寒“花枝俏”和“红叶经霜久,依然恋故枝”的风骨;他喜欢翠竹任凭风吹雨打,纵然留下满身斑斑点点,依然把翠绿奉献人间的品格;他喜欢大西北漫山遍野的野菊花,从春到夏,从夏到秋,从秋一直到初冬,把黄土高原装扮得更加“分外妖娆”,而自己却在深沟大涧、梁峁山坳默默无闻,“从不寂寞,从不烦恼”的质地;他喜欢大海那广阔无边、博大精深的胸怀和惊涛骇浪以及欲把一切腐朽、污泥浊水和肮脏冲洗

干净的摧枯拉朽的力量;他喜欢太阳虽然不语,但是用自己的光辉照耀万物的无私和壮烈;他喜欢白云、蓝天、大地以及宇宙的无限广博和美丽;他注重关心人类的生态环境问题……他喜欢大自然、热爱大自然,在求索中得以陶冶情操……

他曾先后在国家、省、市级刊物上发表学术论文、调查报告、报告文学、人物传记等 50 多篇,也曾给国家、省、市有关学术会议提供学术论文 16 篇,也曾发表过人物通讯、新闻报道、小诗等;也曾承担和圆满完成了两个省级科研课题和两个校、所级科研课题,其中一个省级课题被评为 1998 年甘肃省科技进步三等奖。他的科研成果和小传曾收编在《中国当代学者大词典》即《中国百科学者传略》、《中国学者论文精选》,有《光明日报》、《人民日报》的《大地》月刊、《中国当代科技专家大典》、北京大学、武汉大学、国际人才评价委员会、国务院发展研究中心《现代企业导刊》、《中国特色社会主义文库》编委会、《跨世纪探索——全国优秀成果集》、《中国改革与发展论文丛书》、《科学中国人·中国专家人才库》(世纪珍藏本)、《中国新时期社会科学成果荟萃》、中国软科学研究会、中国管理科学学会、北京大学市场经济研究中心、中国经济出版社、亚太地区有关组织及其有关会议等 50 多家学术单位和有关团体来信来函要求编辑和已经编辑出版了他的几篇论文,或邀请参加有关研讨会。他被聘为中国历史唯物主义学会育人用人专业委员会特约研究员、中国历史唯物主义学会党风专业委员会特约研究员。他的文章反映的一般都是大思路、大题材。他除了喜欢打篮球、下象棋、骑马、旅游外,更喜欢用“金不换”抒豪情壮志,写国计民生,探人类奥秘。

思维整理

1998 年 3 月阳春于粟州

目 录

第一章 关于名牌战略概念的理论界定	(1)
一、关于名牌的内涵	(2)
(一) 名牌是一种特殊的商品和商号	(2)
(二) 名牌是一种标识	(3)
(三) 名牌属于高价值的知识产权范畴	(3)
(四) 名牌的形成条件和一般商品的区别	(3)
(五) 名牌与名牌产品的区别及其关系	(4)
二、关于名牌战略的内涵	(5)
(一) 关于战略	(5)
(二) 名牌战略的概念	(5)
(三) 名牌战略的分类	(6)
(四) 名牌战略要总分结合	(7)
(五) 目标原则的一致性	(8)
三、名牌战略与名牌产品的关系	(8)
第二章 国际名牌发展的历史和科学技术对名牌的决定性作用	(9)
一、世界名牌产生的历史及其交换产生名牌观点的提出	(9)
二、科学技术与名牌发展	(13)
(一) 科学技术是名牌的母体	(13)
(二) 六大领域的技术与名牌	(22)

三、工业革命和资本主义经济的发展直接影响和缔造了名牌	(30)
第三章 世界大跨国公司的名牌发展战略	(38)
一、称雄汽车行业的超级跨国公司实施名牌发展战略的例证分析	(39)
二、垄断世界石油业的大跨国公司实施名牌发展战略的例证分析	(45)
三、在计算机和电子、电器行业能代表新潮流的跨国公司实施名牌发展战略的例证分析	(47)
四、在化学、化工领域里最具典型代表性的大跨国公司实施名牌发展战略的例证分析	(51)
五、在冶金、有色和机械类领域里的大公司实施名牌发展战略的例证分析	(54)
六、世界大公司在航空工业方面实施名牌发展战略的典型例证分析	(58)
七、烟草、食品、饮料、照相、电影、保健和医疗卫生、通信等领域里世界大公司实施名牌战略的例证分析	(62)
八、世界综合类大工业企业实施名牌发展战略的例证分析	(71)
九、世界性的跨国公司实施名牌发展战略对我们的启示与借鉴	(76)
第四章 从实际出发, 提高对发展名牌事业重要战略意义的认识	(95)
一、我国和我省名牌事业起步情况概述	(95)
(一) 我国名牌事业发展的轮廓	(95)
(二) 甘肃名牌事业起步和发展情况	(104)

二、名牌与民族精神和民族文化的关系·····	(106)
(一) 名牌是民族精神和民族文化的载体·····	(106)
(二) 名牌是国家和民族意识的集中体现·····	(107)
三、名牌是强国富民的锐利武器·····	(107)
(一) 名牌会产生巨大的经济价值·····	(107)
(二) 名牌会产生巨大的社会价值·····	(108)
四、名牌的一个永恒的主题——质量·····	(109)
(一) 名牌与质量的关系·····	(109)
(二) 名牌的生命在于质量·····	(109)
五、名牌与实现两个根本转变的关系·····	(109)
(一) 名牌是一种机制·····	(110)
(二) 实现经济增长方式的转变和提高经济效益 与名牌的发展是相统一的·····	(111)
六、要进一步增强对我国和我省发展名牌紧迫性的认识·····	(112)
(一) 国际名牌事业对我们的胁迫·····	(112)
(二) 国际名牌对我民族工业的具体冲击·····	(130)
(三) 假冒伪劣商品的干扰和破坏·····	(131)
第五章 甘肃省发展名牌与产业结构的调整、优化和升级 ·····	(133)
一、实施名牌发展战略与优化产业结构的关系·····	(134)
(一) 产业结构的内涵·····	(134)
(二) 实施名牌发展战略与优化产业结构的异同 点·····	(135)
二、实施名牌发展战略与优化产业结构必须从实际出发·····	(138)
(一) 从省内的小实际出发·····	(138)

(二) 要从国内的实际出发·····	(140)
(三) 要从全球的大实际出发·····	(142)
(四) 要在发展前景上下功夫·····	(143)
三、甘肃省实施名牌发展战略与优化产业结构的主要对策·····	(143)
(一) 强本固基, 抓好第一产业的优化升级·····	(144)
(二) 在第二产业的发展上, 要把实施好名牌战略, 争创出高级名牌产品与加速支柱产业、新兴产业的崛起结合起来·····	(144)
(三) 大力发展第三产业, 以适应我省各项社会经济事业的发展需要·····	(145)
(四) 要采取多种渠道, 聚集资金, 投入到名牌生产和产业结构的优化升级上·····	(146)
(五) 制定和落实好战略产业和支柱产业的扶持政策·····	(147)
(六) 要制定和落实好出口产品和产业的扶持政策措施·····	(148)
(七) 制定和落实好衰败产业、产品的调整政策措施, 使产业和产品始终保持旺盛的、全新的格局·····	(148)
(八) 制定和实施好高科技开发战略政策措施·····	(149)
(九) 建立和健全市场竞争的保护政策措施·····	(149)
第六章 甘肃省名牌产品和“陇货精品”·····	(151)
一、甘肃省三批名牌产品和首批“陇货精品”介绍·····	(151)
(一) 甘肃省名牌产品认定的具体做法·····	(152)
(二) 甘肃省培育和发展“陇货精品”的情况·····	(153)

二、甘肃省名牌产品和“陇货精品”分类·····	(155)
(一) 石化类名牌产品·····	(155)
(二) 有色、冶金类名牌产品·····	(163)
(三) 机械类名牌产品·····	(169)
(四) 电子行业的名牌产品·····	(176)
(五) 建材行业的名牌产品·····	(179)
(六) 纺织行业的名牌产品·····	(184)
(七) 其他轻工类的名牌产品·····	(188)
(八) 医药类名牌产品·····	(190)
(九) 食品类名牌产品·····	(194)
第七章 甘肃省部分企业实施名牌发展战略个案分析·····	(203)
一、依靠名牌优势, 实现名牌效应·····	(203)
(一) 高超的起点, 高超的质量, 高超的目标·····	(203)
(二) 全新的追求, 全新的崛起, 全新的事业·····	(210)
(三) 大战略, 大竞争, 大发展·····	(216)
二、质量与管理并重, 创名牌的永恒动力·····	(219)
(一) 全方位加强质量管理, 全方位争创一流水平, 全方位培育企业形象·····	(219)
(二) 质量管理辉煌路, 名牌战略制高点, 两大效益双丰收·····	(223)
(三) 实施营销战略, 以高质量的产品为武器, 搏击市场风云·····	(226)
(四) 把质量作为企业的根本, 大力发展名牌·····	(230)
(五) 采取多种措施强化管理, 脚踏实地提高质量水平·····	(234)
三、建立起高效的企业内部管理运行机制, 大力抓好贯标工作·····	(236)

(一) 不断强化企业内部管理, 坚持走质量效益型的发展道路·····	(236)
(二) 认真贯彻 ISO9000 标准, 建立健全和不断完善质量体系·····	(238)
(三) 依靠科学技术, 加大新产品开发力度, 精心培育和力争创名牌产品·····	(245)
四、引进国外先进技术和管理经验, 结合实际, 分阶段、有计划、有步骤地抓好名牌争创活动·····	(249)
(一) 以人为本, 引进与消化结合, 挖潜改造, 发展名牌·····	(249)
(二) 实施分步走的战略对策, 把争创名牌的活动不断引向深入·····	(253)
第八章 甘肃省名牌发展的宏观内涵战略·····	(259)
一、名牌发展战略指导思想·····	(259)
二、名牌发展战略原则·····	(260)
三、名牌发展战略重点·····	(261)
四、名牌发展战略目标·····	(262)
(一) 近期战略目标 (1996 年~2000 年) ·····	(263)
(二) 中长期战略目标 (2001 年~2020 年) ···	(264)
(三) 远期战略目标 (2021 年~2050 年) ·····	(264)
(四) 六步走名牌战略目标及其比较说明·····	(265)
第九章 甘肃省名牌发展的微观战略·····	(268)
一、人才战略·····	(268)
(一) 名牌人才战略的重要性和外国实施名牌人才战略对我们的启示·····	(268)
(二) 甘肃省人才状况分析·····	(271)
(三) 甘肃省实施名牌人才战略应采取的战略对	

策.....	(277)
二、资金战略.....	(278)
(一) 国家财政资金.....	(279)
(二) 要充分利用外资.....	(280)
(三) 扩大名牌再生产资金和名牌战略专项基金	(280)
(四) 加快股份制步伐.....	(281)
(五) 名牌战略资金管理集中化.....	(281)
三、资源战略.....	(282)
(一) 资源战略的重要性及其必须实施好市场经 济条件下的资源战略.....	(282)
(二) 甘肃省实施名牌资源战略应采取的战略对 策.....	(283)
四、科技战略.....	(286)
(一) 国外实施名牌高科技战略的情况及借鉴	(286)
(二) 甘肃省名牌科技战略对策.....	(304)
五、生产战略.....	(311)
(一) 大力发展有色金属类名牌产品.....	(312)
(二) 要向中药材资源的广度和深度要名牌.....	(316)
(三) 生产出饮食类的名牌产品.....	(320)
(四) 要向其他轻纺工业要世界名牌.....	(322)
(五) 要生产出机械工业方面的名牌产品.....	(324)
(六) 依靠规模优势和高科技, 大力发展石化名 牌产品.....	(324)
(七) 要大力发展冶金、电子、石油化工机械、 建材四大行业的名牌产品.....	(325)

(八) 要竭尽全力争创环境材料名牌产品·····	(328)
(九) 要积极创造条件, 大力发展甘肃省高效农 业和创汇农业的名牌产品·····	(330)
六、全面质量管理战略·····	(331)
(一) 质量的定义及其丰富的内涵·····	(331)
(二) 空前启后的伟大的质量世纪·····	(332)
(三) 从实际出发, 抓好全面质量管理·····	(333)
七、商标战略·····	(338)
(一) 商标的定义及其功能与作用·····	(338)
(二) 商标的发展历史·····	(340)
(三) 我国和甘肃省商标注册情况·····	(341)
(四) 甘肃省实施商标战略的战略对策和行动 ·····	(345)
八、企业集团战略·····	(347)
(一) 企业集团的概念及其企业集团的作用·····	(347)
(二) 甘肃省组建企业集团的对策·····	(349)
九、营销战略·····	(352)
(一) 名牌营销战略的地位和作用·····	(352)
(二) 甘肃省名牌营销战略模式·····	(353)
十、技改战略·····	(355)
(一) 甘肃企业技改的现状·····	(355)
(二) 甘肃企业今后技改的对策·····	(356)
第十章 甘肃省名牌发展的中观战略·····	(359)
一、名牌战略与市场经济和政府调控·····	(359)
(一) 名牌战略与市场经济·····	(359)
(二) 市场经济必须由政府在宏观上加以调控 ·····	(360)