

质量 振兴

本书是“质量兴企”和“名牌立国”的前奏曲！

本书是“质量振兴”与“名牌发展”的强音符！

名牌争奇天下的时代已经来临，中国的当务之急是名牌战略

本书紧紧抓住了质量振兴的主线，
是质量工作者的必备手册！
本书首次推出了名牌策划的体系，
是企业经营者的成名宝典！

名牌 战略

中国人民大学出版社

万力主编

编审委员会

- 顾问:** 王忠禹 国家经贸委主任
袁宝华 中国企业管理协会会长
吕 东 中国工业经济协会会长
宋季文 中国质量管理协会会长
李荣融 国家经贸委副主任
李传卿 国家技术监督局局长
艾 丰 《经济日报》社总编辑、中国质量万里行组委会主任
厉以宁 全国人大常委会财经委员会副主任、著名经济学家
- 主任:** 吴 昊 中国新闻文化促进会常务副会长、中国质量万里行组委会副主任
- 编委:** 陈祖声 驰名商标保护组织执行主任
郭若虚 国家经贸委、技术监督局质量司司长
杨 立 中国轻工总会质量部主任
王利公 《中国质量万里行》杂志总编辑
陈坚发 《名牌时报》社社长
颜建军 《名牌时报》社总编辑、驰名商标保护组织秘书长
万 力 中国新闻文化促进会经济新闻工作委员会主任
刘东华 《中国企业家》杂志主编
杨 勃 《人民日报》社市场报中国名牌特刊主编
艾宝良 驰名商标保护组织宣传部主任
- 主编:** 万 力
- 副主编:** 王富荣 钟小秋
-

质量与名牌：21 世纪的通行证

国家经贸委主任 王忠禹

国务院颁布《质量振兴纲要》不到半年，《质量振兴与名牌战略》一书就出版面世了，我对编写者的热忱努力表示感谢，对所有关心质量振兴和名牌战略的人们表示敬意。

质量问题是一个企业乃至一个国家经济、科技、教育和管理水平的综合反映，而在当前，质量问题是困扰我国经济发展的一个突出问题。旨在经过 5 至 15 年的努力，从根本上提高主要产业的整体素质和企业的质量管理水平，使我国的产品质量、工程质量和服务质量跃上一个新台阶的《质量振兴纲要》的颁布实施，标志着我国经济发展在从计划经济向市场经济转变，从粗放经营向集约经营转变过程中迈出了重要的一步。

“今天的质量，明天的市场”。确实，市场的竞争说到底质量的竞争。21 世纪将是质量的世纪，质量的竞争将成为国际竞争的焦点。采取有效措施，尽快提高我国的质量总体水平，实现质量振兴目标，十分紧迫而又十分尖锐地摆到了我们面前。提高质量的一个重要手段，就是要实施名牌战略，推进企业创名牌的活动。

创名牌，是企业最高层次的经营活动。市场竞争的最终局面是名牌瓜分天下。到那时谁拥有名牌，谁就是老大；谁没有名牌，谁就只能做配角，被人牵着鼻子走。同改革开放初期相比，当前进入我国市场的外国资本，其经济策略已经不仅仅是输出商品、输出资本，而且还要输出牌子，目标是增加在中国市场的份额，占领中国市场，挤垮中国的名牌产品。

中国产品的当务之急，是提高质量、创立名牌。发展中国名牌，是一项宏伟的民族事业，名牌是国家经济实力的一个重要标志。我们这样一个大国，没有足够的、高质量的名牌，很难自立于世界民族之林。名牌事业的兴起是我国经济技术发展的必然。名牌的标志虽为商标，但其内涵包含着质量、知名度、市场覆盖率、相应的文化含量，以及形成这一切的企业在科技、经营管理、人员素质等方面高质量的工作成果。为了实现中华民族经济腾飞，国家、社会和企业都必须高度重视、大力发展我国的名牌事业。当然，创立中国名牌，让中国名牌走向世界，从根本上说，希望寄托在企业身上。企业是名牌产品的生产者和推广者，没有企业的奋力拼搏、成功开拓，创名牌就不能变成真正的现实。

面对即将来临的 21 世纪，面对众多的外国名牌长驱直入中国市场，每一位热爱祖国的人，都该来想一想：发展中国名牌的出路在哪里？如何争取国际竞争的决赛权？《质量振兴与名牌战略》一书是我国质量振兴与名牌战略的权威介绍和全新著述，注重实用性、案例性、可操作性，首次系统介绍了名牌策划实务，是企业创名牌的智囊宝典，是广大质量工作者和企业经营者的必备手册。

目 录

党和国家领导人有关质量与名牌的讲话选粹	(1)
质量振兴纲要(1996年—2010年)	(4)
关于推动企业创名牌产品的若干意见	(13)

专 论 篇

激烈的国际市场竞争,以国家为单位。国家以质量
为旗帜,以名牌为标识。只有质量的振兴,中华民族才
能自立于世界民族之林;只有质量的振兴,中国才能在
人类社会发展的历史上打上自己的品牌印记。质量主管
部门的领导和名牌理论的倡导者通过撰文,表述了对质
量问题和名牌事业的高度重视,并提出了实现质量振兴
和实施名牌战略的一些思路和措施。当然,质量振兴目
标的实现,一批世界名牌的创建,不仅需要领导人的倡
导,而且更需要企业的奋起和全民的参与。

深化国企改革与实施名牌战略	李荣融 (20)
务实进取,提高我国产品质量整体水平	李传卿 (24)
名牌战略:振兴民族经济之路	艾 丰 (28)
加强质量管理 创造名牌产品	郝建秀 (40)

质量纲要篇

国务院 1996 年 12 月 24 日颁布了《质量振兴纲要》，这是我国经济生活中的一件大事。《质量振兴纲要》是本世纪末到 2010 年指导我国质量工作的纲领性文件，是促使我国的产品质量、工程质量和服务质量跃上新台阶的重要保证。各地区、各部门、各单位要认真组织对《质量振兴纲要》的学习，明确实施《质量振兴纲要》的重要意义、奋斗目标和具体措施，做到计划落实、组织落实、措施落实、监督检查落实，力争到 2010 年使我国一些主要产业创出一批具有国际竞争优势的世界名牌产品。

《质量振兴纲要》有关情况通报·····	(46)
化学工业《质量振兴纲要》实施意见·····	(54)
电子工业部贯彻《质量振兴纲要》的意见·····	(70)
贯彻《质量振兴纲要》，振兴内贸事业·····	(76)
山东省“九五”质量工作意见·····	(79)

质量与名牌篇

名牌的含义虽然很丰富，但却不离其宗——质量。质量，既是名牌赖以生存的物化指标，又标志着名牌满足社会对使用品质需要的程度。质量是名牌的生命、企业的生命、国家的生命……质量是万物之本，是名牌立足之本。没有质量做底蕴，名牌岂能叱咤风云。纵观国际、国内市场，哪一个名牌不是靠上乘的产品质量称雄于世、以立于不败之地？因此，创名牌首先要以质量取胜。

技术创新与名牌战略	(88)
集约经营与名牌战略	(107)
ISO9000 与名牌战略	(112)
质量兴厂造名牌	(118)
走质量效益型道路	(126)
燃烧质量的热情	(134)
十年辉煌质量路	(139)

名 牌 战 略 篇

由“抓质量”到“质量第一”，到“质量振兴”，到“发展名牌”，再到提出“名牌战略”，我们的认识和实践都有了很大的发展。实施名牌战略是振兴民族经济的重要内容，正如小平同志所说的那样：我们应该有自己的拳头产品，创造出我们中国自己的名牌，否则就要受人欺侮。按照“宏观导向，中观推进，微观争创”的思路，中国一定会争创出一大批国际名牌产品。

实施名牌战略，政府、企业、社会要共同努力	(146)
中国名牌发展战略建议书	(154)
地方推进名牌战略建议书	(169)
中国企业实施名牌战略建议书	(180)
轻工行业全面实施名牌战略	
提高产品质量 争创轻工名牌	(188)
中国轻工名牌战略一览	(190)
中国轻工总会关于推动轻工企业实施名牌战略的几点 意见	(191)
'95 中国轻工 10 种产品排行榜活动	(198)

山东省大力实施名牌战略

- 山东省省长赵志浩同志在“山东名牌”产品授牌大会上的讲话…………… (206)
- 山东省经委主任孙光远同志在“山东名牌”产品授牌大会上的讲话…………… (208)
- 关于实施名牌战略大力发展名牌产品的报告…………… (212)
- 实施名牌战略争创山东名牌产品方案(试行)…………… (213)
- 山东名牌产品管理(试行)办法…………… (216)
- 关于公布山东名牌产品的通知…………… (219)

浙江省深入实施名牌战略

- 创名牌上规模,扎扎实实推进我省名牌战略…………… (225)
- 关于进一步实施名牌战略发展名牌产品的通知…………… (230)
- 浙江名牌产品认定和管理(暂行)办法…………… (233)
- 关于成立“浙江名牌产品认定委员会”的通知…………… (237)
- 浙江名牌产品名单…………… (238)

融入世界经济 创立中国名牌…………… (245)

海尔创名牌的奥秘…………… (253)

创彩虹名牌 发挥宏观效应…………… (260)

名牌策划篇

名牌需要策划。没有一个明晰而正确的策划思路,创名牌的蓝图也就难以变为现实。打个比方,好的策划如同一个优秀的舵手,他能让你尽情领略市场竞争的风光。《孙子兵法》曰:“多算胜,少算不胜,而况于无算乎!”“麦当劳叔叔”走遍世界,松下幸之助当上经营之神……哪位企业家不是凭超群的策划能力登上自己事业的峰顶。健力宝,中国民族饮料工业的骄傲,如今已广为人

知,但或许有更多的人不知道,10年前广东三水县那个默默无闻的作坊式的小酒厂,何以能创造神话般的奇迹。健力宝的创名牌之路,充分体现了策划的神奇功能。

商标策划

- 名牌创出的第一步…………… (270)

工业设计策划

- 名牌创建的重武器…………… (285)

质量策划

- 名牌发展的生命线…………… (293)

营销策划

- 名牌竞争的王牌…………… (304)

广告策划

- 名牌创立的捷径…………… (314)

公关策划

- 名牌成长的空气…………… (326)

CI 策划

- 名牌拓展的桥梁…………… (342)

资本运营策划

- 名牌扩张的基石…………… (354)

国际竞争策划

- 名牌致胜的法宝…………… (365)

党和国家领导人有关质量 与名牌的讲话选粹

质量第一是我国在经济建设方面的一个长期战略方针。

——江泽民总书记为“质量·品种·效益”年题词

树立质量法制观念，提高全民质量意识。

——江泽民总书记为1993年中国质量高层论坛题词

我们应该有自己的拳头产品，创造出我们中国自己的名牌，否则就要受人欺侮。

——摘自邓小平同志巡视南方谈话

质量问题已成为国际市场竞争中能否取胜，能否使中国的对外贸易有进一步发展，能否使我们企业有效益的一个关键因素。我们要形成全民、全员抓质量的风气，集中力量抓好一批优质、名牌产品，重要的出口创汇产品和对国计民生有重大影响、与人民群众密切相关的产品。

——摘自李鹏总理《创造名牌产品，提高国际竞争力》

质量本身代表一个国家的形象，一个民族的精神。我们必须树立全民的质量意识。只有全社会都能认识到质量是企业的生命，并且真抓实干，我们才能把质量工作做好。要推动全员、全社会抓质量。

解决质量问题的方法是要把利用市场机制和加强政府监督结合起来。就是有了市场机制，有了企业经营机制的转换，如果我

们不抓企业的质量管理，企业的质量还是搞不好。在当前情况下，政府的行政干预、舆论监督还是必要的和有效的，决不能放松。

质量工作是千秋万代的民族事业，要认真实践，不断探索！

——摘自朱镕基副总理致《中国质量报》贺信

“牌子”就是企业信用，是企业赖以生存的基础，是社会主义市场经济中企业竞争能力的综合表现。可惜我们不少企业不重视自己的信用，不怕倒牌子，只顾暂时的经济利益，缺乏长远的战略眼光。根本原因当然还是企业尚未转入市场机制，不怕破产，不怕失业所致。如不转变，很难出现真正的企业家和真正的名牌。这当然是进行现代企业制度改革所必须解决的问题；但是，宣传企业信用和名牌战略的重要性，探索市场竞争的正确途径，也是有重要意义的。

——摘自朱镕基副总理对'94全国名牌大会的批示

产品质量是企业的生命，社会的希望。

——邹家华副总理为1994年质量宣传月题词

质量兴国，人人有责。

——李岚清副总理为1994年质量宣传月题词

各种组织的评比，各种“优质产品”、“名牌奖”已成为社会一大公害，不但评比缺乏科学的根据，这种不正之风亦不鲜见，要有管理的办法才好。

——李岚清副总理对驰名商标保护组织简报的批示

质量和品牌是紧密相连的，名牌产品一般来说都是以上乘的质量做保证的。没有一个消费者愿意购买质量差的名牌产品。所以，搞名牌发展战略最基本的还是抓质量，在质量的基础上发展名牌。

名牌意识的觉醒是一件大好事，创造名牌不仅是生产企业的
事情，也是消费者的“选票”决定的，因此，名牌事业是全社会的
事业，特别是各级政府部门在建设社会主义市场经济的过程中，
应该把发展名牌当做一件振兴地方经济的大事来抓。这正是地方
政府有所作为的地方。如果各级地方政府都把打击假冒伪劣、发
展名优产品作为一项社会战略来实施，中国产品的质量肯定会隔
几年上一个大台阶。

——摘自薄一波同志致'94年全国名牌大会的信

名牌是综合经济优势的象征，它不仅代表企业形象，也代表
国家形象，体现了一个国家的经济实力。实施名牌战略，是抓质
量振兴经济的重要途径和方法。

——摘自王光英副委员长致'94年全国名牌大会的信

一个民族，一个国家在世界经济中确立自己的地位，很重要
的一条，靠的是许多名牌。经过中国质量万里行的活动，消费者
增强了自我保护意识，企业增强了创名牌意识，地方也增强了名
牌战略意识。全社会、全民族都把创造名牌、发展名牌放在振兴
民族经济、树立民族形象的高度，中华民族将是大有前途的。

我们这样一个幅员辽阔、人口众多的国家是一个了不起的大
市场，外国名牌盯着我们这个市场，源源不断地打进来；我们要
走向世界，首先也要占领我们自己的市场，占领市场靠什么？靠
名牌。

创造名牌需要企业不懈的追求与奋斗，发展名牌则需要名牌
企业的联手，全社会的联手。这方面，四川走在了前面，开了一个
好头。各企业、各地区都有名牌意识，中国的名牌会越来越多，
中国的名牌，也会成为世界的名牌。

——摘自张劲夫同志致'94年全国名牌大会的信

质量振兴纲要（1996 年—2010 年）

（国务院 1996 年 12 月 25 日颁布施行）

为贯彻《中华人民共和国国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要》，提高我国产品质量、工程质量和 Service 质量的总体水平，指导质量工作，特制定《质量振兴纲要（1996 年—2010 年）》。

一、现状与形势

（一）改革开放以来，我国的质量工作取得了很大进步。广大企业依靠技术进步，改善技术装备水平，加强管理，推进科学管理方法，为提高质量打下了一定的物质基础；加强规章制度和职业道德建设，普遍开展质量宣传教育，全民质量意识和职工素质有了较大提高；质量法律、法规不断完善，质量工作逐步走上法制化轨道，促使企业提高质量的外部环境正在逐步形成。

（二）目前，我国产品质量、工程质量、Service 质量总体水平还不能满足人民生活水平日益提高和社会不断发展的需要，与发达国家相比仍有较大差距。主要表现在：一些原材料、基础元器件等产品质量不高，生产过程中不良品损失严重；一些工程质量达不到国家标准或规范要求，有的工程设计及设备选型不合理，施工质量不高，甚至存在结构隐患；Service 质量波动较大，商品售后服务跟不上；不少企业质量管理水平不高，规章制度不健全，自我约束力不强；质量管理有效手段不足，法制建设有待进一步完善与加强。

(三) 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、科技、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。必须加快进行两个根本性转变，尽快提高我国的产品质量、工程质量和服务质量水平，满足人民生活水平日益提高和社会不断发展的需要，增强竞争能力，促进我国国民经济和社会的发展。

二、主要目标

(四) 质量振兴的主要目标是：经过 5 至 15 年的努力，从根本上提高我国主要产业的整体素质和企业的质量管理水平，使我国的产品质量、工程质量和服务质量跃上一个新台阶。重点要在以下几个方面取得成效：

——到 2000 年，主要产业的整体素质有明显提高，并初步形成若干个具有国际竞争能力的重点产业及一批大型企业和企业集团。到 2010 年，主要产业的整体素质基本适应国际经济竞争的需要。

——到 2000 年，主要工业产品有 75% 以上按国际标准或国外先进标准组织生产，达到国际先进水平的优等品率有明显提高，产品售后服务有明显改善；国家重点产品可比性跟踪监督检查的合格率达到 90%；出口产品的出厂合格率达到 100%；主要产业的产品质量和服务水平基本达到国家标准。到 2010 年，主要工业产品有 85% 以上按国际标准或国外先进标准组织生产，达到国际先进水平的优等品率有较大幅度提高，形成规范化的售后服务网络；国家重点产品可比性跟踪监督检查的合格率稳定在 95% 以上；形成一批具有国际竞争能力的名牌产品；主要产业的产品质量和服务水平接近或达到国际先进水平。据此，要突出抓好原材料、基础元器件、重大装备、消费品等四类重点产品的质量。

原材料类：到 2000 年，煤炭、钢铁、有色金属、石油化工等主要原材料工业的产品质量全部达到国家标准，并有一定比例的

产品质量达到国外先进水平。到 2010 年，主要原材料的产品质量有 1/3~1/2 达到发达国家的平均水平，一些重要原材料的质量达到国际先进水平。

基础元器件类：到 2000 年，机械、电子等基础元器件的质量总体水平力争达到发达国家 20 世纪 90 年代初水平，机械基础件的可靠性有较大幅度提高，电子元器件的可靠性平均提高一个数量级，汽车关键零部件的质量和整车配套能力有所突破。到 2010 年，机械、电子等基础元器件的质量水平力争接近发达国家的平均水平。

重大装备类：到 2000 年，机械、电子、石油化工等重大装备的安全性能指标全部达到国家强制性标准。到 2010 年，机械、电子、石油化工等重大装备的整机可靠性接近或达到发达国家的平均水平。

消费品类：到 2000 年，主要消费类产品的质量、安全和卫生指标全部达到国家强制性标准，主要耐用消费品的技术质量指标和整机可靠性接近或达到发达国家的平均水平。到 2010 年，主要消费类产品的质量、安全和卫生指标达到国际标准，主要耐用消费品的技术质量指标和整机可靠性接近或达到国际先进水平，并形成一批具有较强国际竞争能力的名牌产品。

——工程质量：到 2000 年，竣工交付使用的工程质量必须达到国家标准或规范要求，大中型工程建设项目综合试车和验收一次合格，确保连续生产或正常使用，其他工程一次验收合格率达到 90%，其中优良率达到 35% 以上。到 2010 年，竣工工程质量全部达到国家标准或规范要求，大中型工程建设项目以外的其他工程一次验收合格率达到 96%，其中优良率达到 40% 以上。

——服务质量：到 2000 年，铁路、交通、民航、商业、旅游、医疗卫生以及金融、保险、房地产、信息咨询等传统和新兴服务行业，全面推行服务质量国家标准，初步实现服务质量的制度化、程序化、标准化。到 2010 年，服务质量基本达到国际标准。

三、增强全民质量意识，提高劳动者素质

(五) 加强质量法制教育，增强质量法制观念。采取多种形式，在全社会普及质量法律、法规知识教育，增强全民的法制观念。企业要切实履行法定的质量义务，做到依法生产、经营；广大用户和消费者要运用质量法律、法规依法维护自身的合法权益。

(六) 把提高劳动力的素质作为提高质量的重要环节。切实加强对企业经营者和职工的质量意识和质量管理知识教育，积极开展职工劳动技能培训。在有条件的大专院校设立质量管理课程，培养从事质量工作的人才；建立和完善各级质量管理培训机构，实施不同层次的质量教育与培训；各类职业学校和在职职工培训，要把质量教育作为培训和提高劳动技能的重要内容；中小学教育也应有一定的质量教育内容。

(七) 充分发挥新闻媒介、行业组织、群众团体的舆论宣传和监督作用。继续开展“质量月”、“质量万里行”、“3·15 保护消费者权益日”等活动，动员广大人民群众投身质量振兴事业，形成全社会重视质量的环境和风气。

四、加强管理与政策引导

(八) 各地人民政府和国务院有关部门要切实履行管理职责，做到依法行政，加强对质量工作的领导和管理，增强质量管理的科学性和有效性，在引导、协调、监督、服务等方面为质量振兴创造良好的外部环境。

(九) 通过技术进步，提高产品质量。坚持“择优扶强”的原则，加大技术改造力度，增强技术含量，促进重点行业、重点企业和重点产品质量上水平。积极组织对产品质量薄弱环节的科技攻关；利用引进技术或进行技术改造生产的产品质量，要达到国际标准或国外先进标准；新开发的产品质量要达到国际标准或国

外先进标准。

(十) 调整产品结构，提高产品质量。强化对投资项目的经济规模和技术水平的政策约束。重点扶持一批具有较高质量水平和市场竞争优势的拳头产品的生产；国家定期公布限制和禁止生产的产品目录，逐步淘汰能耗高、污染严重的产品。

(十一) 加强对大型采购活动的监督管理。国家对重大设备采购和政府采购活动实行规范化管理，明确采购活动中的质量责任，确保采购产品的质量。

(十二) 实施名牌发展战略，振兴民族工业。鼓励企业生产优质产品，支持有条件的企业创立名牌产品。国家制定名牌发展战略，鼓励企业实行跨地区、跨行业联合，争创具有较强国际竞争能力的国际名牌产品。依照《中华人民共和国产品质量法》的有关规定，建立质量奖励制度。

五、加强法律建设，强化执法监督力度

(十三) 完善质量法制。加快有关质量管理的法制建设，进一步完善质量管理法规。

(十四) 强化质量监督。加强对重点行业、重点产品和重点建设项目以及城乡住房的质量监督。加强知识产权保护，打击侵犯专利权和商标权的行为。加强生产许可证管理，加大对无生产许可证产品的查处力度。强化国家监督抽查力度，并运用经济、法律和行政等手段，做好监督抽查后的处理工作，提高监督的有效性。依法严厉惩处生产和销售假冒伪劣商品的违法行为，严厉制裁包庇、纵容生产销售假冒伪劣商品的有关责任者，坚决消除地方保护主义或部门保护主义。

(十五) 建立健全质量执法监督机制，提高执法水平。建立执法检查制度，加强对质量法律、法规贯彻实施情况的监督检查，坚决查处有法不依、执法不严、违法不究以及滥用职权的行为。