

中国第一部品牌立市专著

品牌温州

王景飞 著

中国文学出版社



中国第一部品牌立市专著

品牌温州

王景飞 著

中国文学出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

品牌温州/王景飞 著.—北京：中国文学出版社，2004.10
ISBN 7-5071-1499-6

I. 品… II. 王… III. 报告文学—中国—当代—选集
IV. I · 132

中国版本图书馆(CIP)数据核字(2004)第024790号

品牌温州

作者	王景飞
责任编辑	贺广生
封面设计	龚象飘
出版发行	中国文学出版社
社址	北京市百万庄路24号
经销	全国各地新华书店
印刷	泰山文印中心
	浙江南方印业有限公司
开本	850×1168 1/32
印张	17.50印张
字数	250千字
插页	8页
印数	0001-8000册
版次	2004年10月第1版第1次印刷
书号	ISBN 7-5071-1499-6/I · 132
定价	35.00元

推进名牌战略
创建国际轻工城

林宗棠





2001年5月1日，胡锦涛同志视察正泰集团。



2003年7月25日，中共中央总书记、国家主席胡锦涛在北京中南海接见第七届中国青年五四奖章获得者、红蜻蜓集团董事长钱金波。



2004年8月28日，中共中央政治局常委、国务院总理温家宝视察康奈集团。



2002年12月13日，由温州企业协办的“学习贯彻十六大精神，加快形成一批有实力的跨国企业和著名品牌”座谈会在新华通讯社举行。



2002年12月，中共浙江省委书记习近平（中）在中共温州市委书记李强（右）陪同下考察温州品牌建设。



2003年10月，中共中央政策研究室副主任郑新立（左）接见王景飞。



温州加快实施“走出去”步伐。图为2004年5月，温州市人民政府市长刘奇在金狮啤酒集团等单位举办的国际化之路高峰论坛上致词。



温州城市管理、市政公用事业、国土资源、规划、建设、旧城改造等部门及相关行业积极树立品牌形象。图为2004年1月，温州市人民政府副市长叶际仁（中）在温州城市公交线路上调研。



政府官员、经济学家、企业家为品牌温州建设出谋划策。图为温州市人民政府副市长孟建新（前左）、全球华人竞争力基金会理事长石滋宜博士（中）、正泰集团董事长南存辉（右）在温州机械工业发展战略论坛现场。



每年一度的中国名牌表彰大会引起广泛关注。到2004年10月，温州市共拥有16个中国名牌产品，8个中国驰名商标，2家具有国际竞争力、向世界名牌进军的中国企业。



国家实施名牌战略推进工作为品牌温州建设创造了历史性机遇。图为国家质量监督检验检疫总局质量管理司司长、中国名牌战略推进委员会秘书长于献忠(右)与王景飞在一起。



2004年9月2日,鹿城区举行庆功会,对刚刚荣获中国名牌产品称号的高邦牌衬衫生产企业浙江高邦服饰集团有限公司奖励100万元。



温州十分重视产业品牌建设。图为庄吉集团在新华屏幕上播放的企业品牌形象。



首届世界温州人大大会影响深远。图为报喜鸟集团董事长吴志泽在“世界温州人大大会”上发表演讲。



法派集团总裁彭星(右)与美国前总统克林顿寻求合作。



“穿在温州”名不虚传。图为美特斯邦威集团董事长周成建在“温州服装走出去发展战略研讨会”上演讲。



明星增辉品牌，霓裳聚舞瓯江。图为在全球杂志封面亮相最多而被载入吉尼斯纪录的国际超级名模克劳蒂亚·希弗接过温州荣誉市民证书后表示：“我很乐意担任品牌名城温州的形象大使”。



一年一度的中国国际轻工产品(温州)博览会影响力与日俱增。图为浙江雪歌服饰有限公司展馆前观者如潮。



温州企业文化建设令人瞩目。正泰、德力西、天正、康奈、奥康、红蜻蜓、康泉、庄吉、报喜鸟、法派、美特斯邦威、高邦、吉尔达、东艺等一大批品牌企业员工生活丰富多彩。



温州品牌建设，与大批新闻工作者、经济理论工作者的努力息息相关。他们通过各种途径宣传品牌建设的重要性，引导温州企业走品牌之路。



科技强市战略成为品牌温州建设的有力保障。图为第三届爱因斯坦世界发明博览会金奖获得者朱孝有。



温州有“中国金属外壳打火机生产基地”美誉。图为浙江大虎打火机有限公司生产车间。



温州医疗卫生系统品牌建设与与时俱进。
图为温州医学院附属第二医院、育英儿童医院
2004 年先进医护工作者受到表彰。



2004 年 10 月，王景飞与妻子郑美凤、女儿
王翀在温州马鞍池公园。



温州市“十佳”青年文艺家陈丹(中)应国家
文化部邀请，赴法国传播温州文化品牌。



品牌温州建设，行业组织功不可没。图为
温州市服装商会成立八周年庆典盛况。



温州文化品牌建设硕果累累。《再给我一个
微笑》、《温州女人》、《刘伯温》、《香香花为媒》、
《荆钗记》等一大批优秀影视戏剧作品屡获大奖。



温州文艺演出精彩纷呈。图为温州晚报社、
温州电视台电视剧制作中心主办的新生代中国十
大金花金曲演唱会暨颁奖晚会现场。

序一

谢 健

名牌，是一个企业竞争力的象征。名牌的多寡，尤其是世界名牌的多寡，也是一个国家或地区综合经济实力的重要标志。据联合国工业计划署的不完全统计，当今世界共有名牌商品约 8.5 万种，而其中 90% 以上的名牌所有权归属于工业发达国家和亚太新兴工业国家或地区。对于中国这个实行市场经济体制只有短短 10 多年的发展中国家，品牌建设还只是刚刚起步，与发达国家和地区的跨国公司相比，我们的品牌要跻身世界名牌行列，还有漫长的路要走。但“千里之行，始于足下”，中国企业的品牌之路，也有一个从小做大、从弱到强的成长过程。近些年来，中国的企业越来越认识到品牌之于一个企业发展的重要性，开始重视企业品牌的建设。国家也对名牌认定和保护进行了法律的规范。从 1996 年国家工商局发布《驰名商标认定和管理暂行规定》起，目前中国已认定驰名商标共 362 件，其中，作为一个地市级城市，温州的中国驰名商标就占了 8 个，这在全国所有的地市级城市中，大概可以名列第一了。除此之外，温州还拥有 16 个中国名牌产品和一大批省市级著名商标和名牌产品。是否可以这样说，温州已成为一个品牌城

市。

但如果时光倒退十多个年头，我想谁都不敢想象，在当年温州这么个假冒伪劣产品盛行的城市，会成为一个闻名全国的品牌城市。曾经以“星期鞋”、“晨昏鞋”“著称”的温州皮鞋，杭州武林门广场一把大火，把所有的温州人的脸面都烧尽了，而如今在中国名鞋排行榜上，温州品牌拥有了半壁江山，以康奈、奥康、红蜻蜓、吉尔达、东艺等“中国驰名商标”、“中国名牌产品”为代表的温州制鞋业造就了一个中国鞋都；而当年被国家七部委联合发文打假的柳市低压电器，现今也成为中国的低压电器之都，正泰、德力西，作为中国工业电器的领军企业，蜚声海内外。没有比这种变化更让人惊奇了。

20世纪90年代似乎是中国企业造牌的年代，曾几时许，中国一下子冒出三株、巨人、秦池、亚细亚、爱多等名动全国的品牌，各种媒体到处可见它们的身影，但仿佛是一夜之间，它们就从我们的视野中消失了。使得人们惊呼：中国的名牌怎么啦？我认为，在这里，首先应该要明确一个概念，就是什么是名牌？许多公司如同上述这些公司一样，都把提高市场占有率、扩大市场知名度作为塑造名牌的主要手段，于是就有了市场盲目的扩张和央视黄金广告时段标王激烈的争夺。但是我认为，所谓名牌，是由企业在市场经济条件下，经过长期的努力而创造出来的、被社会公认的、具有极强的市场竞争能力和不断延续的生命力的品牌。所以，造就一个品牌，不是短时间的广告狂轰烂炸就能成功的，也不是通过盲目扩张而获得的，那是企业脚踏实地，长期努力的结果。温州民营企业在创牌过程中没有重蹈上述这些公司之覆辙，我认为这是由温州企业家的特性所决定的。温州的民营企业是从农村商品经济发展起步的，从当年的“小商品、大市场”的发展模式，从小到大，从

低到高，一步一个脚印，逐渐发展壮大，温州人特有的务实和创新精神造就了温州民营企业家的稳健和超前的经营风格。这种稳健，不是畏首畏尾，举步不前，而是清醒理智地面对错综复杂的局势，本着对自己、对企业、对社会负责的心态，把企业的发展大计建立在浑厚的基石上，不会因为头脑发热而盲目追求规模与名气。这种超前，不是刻意去追求概念上的超前，而是在不断学习的基础上，使企业能在技术革新和管理体制创新上跑在前面。温州的企业家大都出身贫寒，没有受过良好的教育，但他们在“干中学”，不断努力进取，使得温州的民营企业能在企业发展方向上跟上国际潮流。如虚拟经营，这种在20世纪90年代初才出现的先进的经营管理模式，在温州很快就得到了应用，使得以美特斯·邦威为代表的温州休闲服在短短几年中迅速崛起。“稳健”与“超前”这两个看似矛盾的经营理念的有机统一，使温州民营企业得以构筑起扎实的品质优势，获得飞速的发展。

企业是否重视品牌建设，如何进行品牌建设，应该说这是一个企业的行为，是由企业的发展战略所决定的，但从一个城市来看，如何促进本地企业推进品牌建设，从而形成以名牌产品为龙头的强势产业，带动本地区经济的蓬勃发展；政府实际上可以起到一个非常重要的推动作用。在20世纪90年代初，正当温州产品陷入假冒伪劣泥潭，遭到全国市场的一致拒绝时，温州市委、市政府于1994年提出了以“质量立市”为核心的“二次创业”的战略构思，一方面严厉打击假冒伪劣产品，治理整顿市场，另一方面重点支持、扶持优质产品，从此温州民营企业开始了以提高质量为主要手段的品牌之路。乐清人说，如果没有当年的治理整顿，就没有今天闻名全国的“电器之都”，也没有柳市、乐清经济的快速发展。

温州品牌的建设，也与大批新闻工作者、经济理论工作者的努力息息相关，他们通过各种途径宣传品牌建设的重要性，提高企业家尤其是民营企业家的品牌意识，引导温州企业走品牌之路。王景飞作为温州的一位年轻的新闻工作者，多年来一直为温州品牌建设呐喊助威，他深入企业调研，与企业家对话，以新闻工作者的敏锐目光关注着温州品牌建设的进程。

我是在一次学术会议上与王景飞先生相识的，随着接触的增多，我很快就为他的孜孜以求所感动，当他热情邀请我为本书写序，我欣然答应。我认真通读了这部一百多篇 20 多万字的著作，觉得虽然每一篇都是关于温州品牌建设的独立的新闻报道和评述，但其主线是非常清晰的，这就是温州的企业、企业家、政府以及全社会人民为塑造温州品牌形象所作出的种种努力，所取得的丰硕成果，这是对温州模式所作出的新的诠释——品牌温州。正因为有了像王景飞先生那样一批为“品牌温州”建设摇旗呐喊的实践者、推动者，“品牌温州”建设得以更快速、更高效地进行。这部“品牌温州”，也倾注了王景飞先生几年来的心血和汗水，是作者的一个信念、一份执著、一份激情、一份收获。这种务实的态度，也是温州人精神的一种表现，值得我们尊重。

2004 年 10 月 6 日于温州大学

（作者系温州大学管理学院常务副院长、教授，中国工业研究与促进会副理事长）

序二

李丁富

我十分荣幸成为王景飞同志新著《品牌温州》的第一个读者。

我和他虽然出生在不同时代，但共同呼吸着新时代的空气，共同为改革开放、为温州经济摇旗呐喊。

王景飞，出生在流光泛金的瓯江，千重百翠的括苍，改革开放、东瓯文化养育了他，从学校出来，在短短的七年中就编纂出版出六部著作，采写了数百篇报导，被国内多家主流媒体聘为特约记者、专栏主笔。2002年被授予“温州市鹿城区百名公民道德标兵”称号。2002年6月，《温州日报》对他的事迹在头版作了专题报道。

几年来，他致力于温州改革开放、经济新闻的研究与采访，使我们有更多的时间接触与交往。据我所知，他在担任温州电视台电视剧制作中心编剧、创作室副主任时，参与以温州改革开放为主旋律的系列电视剧的摄制工作。他参与摄制的《再给我一个微笑》思想深刻，艺术精湛，既振奋民族精神，又昂扬时代气息，播出后受到各界的广泛关注和称赞。他潜心研究与策划品牌战略，先后在全国各新闻媒体、报纸、杂志上发表了

有关“品牌温州”的报道就有数百篇文章，并多次获奖。2002年又成功主持策划、实施了“打造国际性轻工城与中国名牌战略温州论坛”等大型活动，为国家实施名牌战略，推动温州国际性轻工城建设和品牌立市煞费心血，博得了社会的好评和赞扬。

如今，他又围绕“品牌温州”这一主题形成了他的新著，作者抓住温州经济发展中的核心问题——质量，展开了真善美与假恶丑的斗争。他用鲜活的事例，翔实的纪实，生动的语言，流利的笔法，采访、记录、剖析、点评了温州创品牌的历程。全书分上、中、下三卷，上卷，用叙述故事形式，告诉人们温州创品牌的千辛万苦；中卷，用新闻报导形式，告诉人们温州创品牌的千方百计；下卷，用专家点评和企业家论述方式，告诉人们温州创品牌的千锤百炼。使您深深地认识到“温州品牌”的来之不易，从而让人领会到“品牌温州”建设的紧迫性和重要性。

改革开放以来，温州、温州人、温州经济，因独特的思维和运作方式，创造了独具特色的经济模式，被世人称赞。我在全国各地做“温州经济是老百姓经济”的报告时，每次都突出地讲述了“丑陋温州—质量温州—信用温州—品牌温州”的过程。因为温州经济发展的一个很大现实是140万农民走上市场，加上市场经济又不是万能的，难免出现这样或那样的问题，问题的核心是如何对待这个问题。温州的政府、温州的领导、温州的企业家、温州的老百姓，并不原谅这些问题，并没有在质量问题上摔倒，而是正视问题，解决问题，提出了一系列的果断措施，把质量视为温州的生命。不断提出：质量立市—名牌兴业—品牌战略—信用建设等战略决策，一环扣一环，步步深入，制订了《358质量系统工程》、《温州市质量立市实

《温州市名牌兴业实施意见》等等。几届政府、几套班子、上下左中右、东西南北中“同唱一首歌”、“同演一台戏”，使温州成为“全国质量兴市先进市”。在经济发展的实践中，温州市的领导们深深的意识到：品牌是一种高潜质的宝贵的战略资源，从“质量立市”提升到“品牌立市”，就是要逐步实现由“数量经济”、“质量经济”向“品牌经济”转变。温州经济要继续保持良性发展态势，就必须努力壮大温州品牌，塑造好“品牌温州”。王景飞的新著就是强调了主题。

王景飞是位年轻的作者，但他的著作并不年轻，《品牌温州》这部书，就非常成熟。在他的新著付梓之际，我谨向他表示衷心的祝贺。同时，我也希望所有关心温州的朋友都读一读这本书，对您读懂温州模式，品味温州魅力是非常有好处的。

2004年10月6日

于东方花苑

（作者系中国管理科学院教授、中国民营经济研究院副院长）