

F229.2-61/2

中国名牌产品年鉴

CHINA TOP BRAND PRODUCTS YEARBOOK

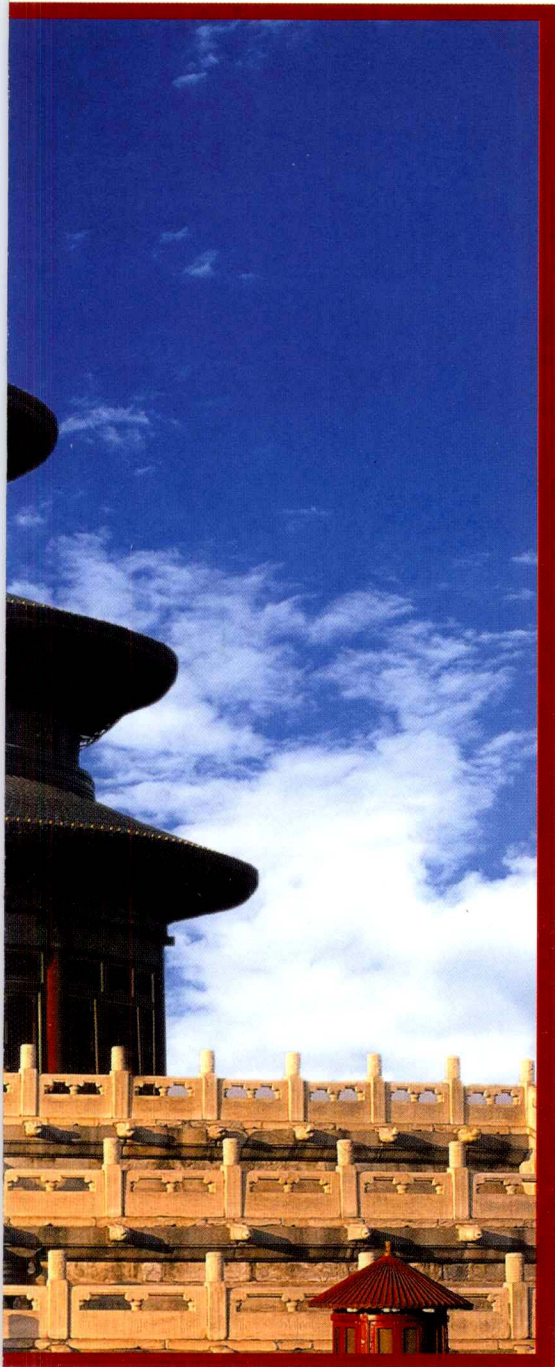
2004卷



国家质量监督检验检疫总局质量管理司 编
中国名牌战略推进委员会秘书处



中国轻工业出版社



2004 卷

中国名牌产品年鉴

CHINA TOP BRAND PRODUCTS YEARBOOK

国家质量监督检验检疫总局质量管理司 编
中国名牌战略推进委员会秘书处

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国名牌产品年鉴.2004卷/国家质量监督检验检疫总局质量管理司, 中国名牌战略推进委员会秘书处编. - 北京: 中国轻工业出版社, 2005.8

ISBN 7 - 5019 - 5062 - 8

I. 中... II. ①国... ②中... III. ①工业产品—中国—2004—年鉴 ②工商企业—中国—2004—年鉴 IV. ① F724.74-54 ② F279.2-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 091661 号

《中国名牌年鉴》2004 卷

国家质量监督检验检疫总局质量管理司 编
中国名牌战略推进委员会秘书处
设计制作: 北京轻广协广告有限公司

责任编辑: 刘云辉

组稿编辑: 李振宁 赵青春

责任终审: 劳国强

版式设计: 潘文强

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印刷: 北京百花彩印有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

开本: 889mm × 1194mm 1/16 印张: 31

字数: 260 千字

书号: ISBN 7 - 5019 - 5062 - 8/F · 360

定价: 360.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729

传真: 010-85111730

发行电话: 010-65141375 65128898

<http://www.chlip.com.cn>

E-mail: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社服务部联系调换

50457K5X101HBW

目录 CONTENT

第一部分

领导讲话

- 2 在中国名牌暨质量管理先进表彰大会上的讲话
国家质量监督检验检疫总局局长 李长江
- 6 全面落实科学发展观 大力推进实施以质取胜战略
——在全国质量技术监督系统质量管理工作会议上的讲话
国家质量监督检验检疫总局党组书记 李传卿
- 14 发扬奥运精神 向世界名牌进军
——在2004年中国名牌暨质量管理先进表彰大会上的讲话
中国名牌战略推进委员会主任 中国工业经济联合会名誉会长 林宗棠

第二部分

文件汇编

- 18 《中国名牌产品管理办法》
- 24 《中国名牌产品标志管理办法》
- 29 关于调整中国名牌战略推进委员会组成人员的通知
- 33 国家质量监督检验检疫总局关于表彰2004年中国名牌产品生产企业的决定

第三部分

名牌战略推进活动

- 42 表彰大会盛况
- 43 中国名牌战略推进委员会活动剪影

中国名牌产品

- 46 **大米**
东南香 (E-SFragrance) 五常 北大荒 玉珠 金佳 金健 梧桐
- 55 **小麦粉**
五得利 天山 古船 巨嘴鸟 甲家 白樱花 利达
苏三零 金苑 金像 神象 廊雪 福临门
- 68 **糖**
(白糖) QT 云鸥 四方 白莲 红光 网山 莲花
(糖果) 大白兔 金丝猴 金冠 徐福记 笑咪咪 雅客
(巧克力) 金帝 金莎
(果冻) 喜之郎 蜡笔小新
- 89 **派类食品**
达利园 福马
- 93 **低温肉制品**
双汇 众品 金锣 雨润 唐人神 得利斯 喜旺
- 102 **农用聚乙烯大棚膜**
双象 华灯 宝硕 清田
- 108 **果汁饮料**
汇源 娃哈哈 统一
- 113 **黄酒**
古越龙山
- 116 **皮衣**
应大 束兰 凯撒 兽王 (SHOUWANG) 雪豹 (XUEBAO) 蒙努
- 124 **童车**
好孩子

127 液体洗涤剂

开米 白猫 立白 传化 (TRANSFAR) 奇强 浪奇 雕

138 笔

(铅笔) 中华
(圆珠笔) BEIFA 白雪 金万年

146 炊具

(电饭锅) HONG 三源 美的 (Midea) 浩特
(压力锅) 双喜 苏泊尔 (Supor) 顺达 顺发
(不粘锅) 苏泊尔 (Supor) 爱仕达 (ASD)

158 家用燃气灶具

万家乐 帅康 (Shuaikang) 华帝 迅达 海尔 (Haier)

163 真丝绸

茶花 万事利 富润 金富春 鑫缘

170 针织品

(内衣) A&B 三枪 即发 南极人 爱帝 康妮雅 (Conlia) 铜牛
(袜子) 丹吉娅 浪莎 (Langsha)

181 西裤 (不含西服套装西裤)

九牧王 (Joe | ONE) 步森 (BUSEN) 虎都 威兰西 (WELES)
恒柏 (HEMBOUG) 雅戈尔 (YOUGOR) 新郎·希努尔

188 羊绒大衣

爱伊美 (AIYIMEI) 斯尔丽

190 黄金首饰

ADK 爱得康 同心牌 安盛华 老凤祥 宝亨达 (BHD) 明 (MING)
金皇 翠绿 福辉

201 乒乓球运动器材

双鱼牌 红双喜

205 保险柜

飞云 永发 (YONG FA) 花都 金虎

211 程控交换机

中兴 华为

215 锂离子充电电池

BYD 飞毛腿 (SCUD) 德赛 (DESAY)

220 大中型客车

少林 宇通 金旅 (厦门) 金龙 (厦门)

227 汽车玻璃

福耀 (FY)

230 铝合金车轮

ZCW ZNA 戴卡

234 全刚子午线轮胎

万力 三角 (TRIANGLE) 双星 双钱 风神 成山 前进
玲珑 黄海 朝阳 (CHAOYANG)

246 实木复合地板

YIHUA 金桥 盈彬大自然

251 交联聚乙烯电力电缆

南牌 (NAN) AAA 上上 五彩 汉河 (HANHE) 讯捷 远东
宝胜 泰山 新亚 新特 中联电缆

265 钢丝绳

巨龙 法尔胜 福星

270 磁性材料

东磁 (DMEGC)

274 **铝合金建筑型材**

SAP 广亚 兴发 坚美 忠旺 南山 南亚

283 **硬质合金**

长城 钻石

288 **阴极铜**

大江 贵冶 铁峰 铜冠

294 **人造金刚石**

中南 旋风

302 **税控燃油加油机**

正星 (CENSTAR) 恒山

306 **数控车床**

DMTG 齐一 沈一机 济一机

312 **工业风机**

(离心压缩机) 沈鼓

(轴流压缩机) 陕鼓

316 **装载机**

SDLG CHANGLIN 龙工 成工 柳工 徐工 厦工机械

325 **电冰箱**

万宝 (WANBAO) 华凌 美菱 容声 海尔 (Haier) 新飞

333 **洗衣机**

小天鹅 金羚 容事达 (ROYALSTAR) 海尔 (Haier) 新乐

341 **家用分体空调**

长虹 华凌 志高 春兰 科龙 美的 (Midea) 格力 (GREE)

海尔 (Haier) 海信 (Hisense) 奥克斯 新科 (Shinco)

354 微波炉

美的 (Midea) 格兰仕 (Galanz) 海尔 (Haier)

359 彩色电视机

创维 (Skyworth) TCL 厦华 (XOCECO) 长虹 海尔 (Haier)
海信 (Hisense) 康佳 (KONKA) 熊猫

369 微型计算机

TCL 方正 长城 清华同方 浪潮 海尔 (Haier) 海信 (Hisense)
联想 (Lenovo)

379 摩托车 (1000CC 以上)

力帆 (LIFAN) 宗申 钱江 (QJIANG) 隆鑫 (LONCIN) 嘉陵 豪爵

389 味精 (99% 结晶度)

双桥 红梅 香雪 莲花 骏马 菊花 菱花

398 衬衫

才子	太平鸟 (Peacebird)	开开	红豆	杉杉	步森 (BUSEN)
绅士	罗蒙 (ROMON)	虎豹 (HUBAO)	鸣鹿	洛兹	
海螺	益鑫泰 (ISUNTE)	能达利 (NENGDALI)	KOBRON	情森	
富绅	琴曼 (QINMAN)	雅戈尔 (YOUNGOR)	鲁泰格蕾芬		

420 中国名牌年鉴大事记



第一部分

领导讲话

在中国名牌暨质量管理先进表彰大会上的讲话

(2004年9月1日)



国家质量检验检疫总局局长 李长江

各位来宾，同志们、朋友们：

今天是2004年全国“质量月”活动的第一天，我们在这里隆重召开中国名牌暨质量管理先进表彰大会，公布2004年中国名牌产品名单，并对中国名牌产品生产企业和2004年全国质量管理先进企业及个人进行表彰。我代表国家质检总局对此次受表彰的中国名牌产品生产企业和全国质量管理先进企业及个人表示衷心的祝贺！借此机会，我讲四个问题。

一、2004年中国名牌产品评价的特点

今年是开展中国名牌产品评价的第四年。在认真总结前几年工作的基础上，中国名牌战略推进委员会结合实际不断创新，用新的制度和手段保证评价类别的确定和评价工作的科学公平公正。今年中国名牌产品的评价有以下几个特点：

（一）有针对性地设置评价目录

根据党中央就“三农”问题作出的重大决策，今年在设立评价目录时向农产品及相关产品给予了倾斜。同时，按照中央支持西部大开发和振兴东北老工业基地的战略部署，在今年的评价工作中将东北和西北占优势的机械装备类产品也列入了评价目录。今年第一次列入评价目录的39类产品中生产资料类约占1/2。

（二）有效改革评价形式

第一，在原有专家资源的基础上，首次向社会公开征集评价专家，充实扩大了专家库，各专业委员会的组成既有来自行业协会的，也有质量检测机构的，还有消费者协会和社会自愿报名的专家，使专家评价队伍有广泛的代表性。第二，在评价程序上也作出重大改进。在随机抽取明确专家人员后，安排专家统一集中，进行封闭评价，从而提高了效率，加强了保密，保障了公正。第三，制定了严格的评价纪律，并在评价过程中严格实施，保证了评价工作的科学、公正和各类产品评价的一致性。

（三）科学确定评分体系

为鼓励企业自主品牌出口，在市场评价中提高了自有品牌出口相关分

值。为鼓励企业不断进行技术创新,努力拥有自主知识产权,在发展评价中对企业获得专利项目特别是发明专利及对拥有国家级或省级技术中心和博士后流动站的企业给予了专门加分。

二、推进名牌战略取得的成效

中国名牌战略推进和名牌产品评价到今年已经第四年了,到今天为止,有效的中国名牌产品共有95类,479家企业,547个产品。这些产品覆盖了除青海、西藏外的29个省、自治区、直辖市。总结几年的实践,我们高兴地看到,名牌战略的实施取得了可喜的成效。

(一) 有效地促进了经济结构调整和资源优化配置

名牌战略的推进,促进了经济结构调整。各地以名牌产品为基础,以名牌产品生产企业为龙头,加快企业发展壮大,加快产品更新换代,促进资源优化配置,使优良资产向名牌产品、名牌企业集中,有效提高了经济增长质量和效益,促进经济运行进入良性循环的科学发展轨道。

江苏省在实施名牌战略的过程中,以名牌产品为龙头,以骨干企业为依托,以提高产业集中度为目标,大力推进产业重组和企业联合,形成了一批以名牌产品为龙头的企业集团。目前,在全省营业收入50强中,有30多家是以名牌产品为龙头组建的企业集团。广东省的名牌产品,在促进广东结构调整、优化升级的同时,还加快了广东新型工业化的进程,使广东省成为名牌支撑起来的经济大省。青岛、厦门、福建泉州、浙江温州等地也形成了一批上质量、上规模、创品牌的名牌企业群体,形成质量、品牌、效益整体协调发展的良好局面。

(二) 有效促进了区域经济发展,提高了市场竞争力

名牌产品可以带动一个企业的发展,名牌企业也可以促进一个地区的进步。辽宁省名牌产品生产企业的数量仅占全省规模以上企业的6%,但利税总额和出口额分别达到23%和50%,对全省工业总产值增长的贡献率为13%,拉动全省工业总产值增长1.38个百分点。2003年江苏省名牌企业数量仅占全省规模以上企业的3%,而销售总额和利税总额却占到21%和28%,对全省工业增长的贡献率为18%,拉动全省工业增长4个百分点。实践证明,名牌产品对区域经济发展起到了积极的拉动作用。

(三) 有力地促进了企业管理水平和产品质量的提高,名牌产品的竞争力明显增强

据对52个中国名牌产品的调查,2003年的销售总额和利税总额分别比2000年增长46%和54%,特别是出口额增长高达322%。广东大长江集团的豪爵摩托车被评为中国名牌产品后,销售额和出口额增长77%和258%。海尔空调、嘉陵摩托、雅戈尔衬衫的销售分别增长182%、224%、125%。西安银桥股份有限公司生产的“秦俑”奶粉,2003年销售额达到9.2亿,比获得中国名牌称号的前一年增长80%。

(四) 强化了品牌意识,促进了名牌培育工作的深化

几年来,全国各省、自治区、直辖市都相继成立了名牌战略推进机构,并制定了相关培育规划。上海市政府提出,力争到2005年有2~3家上海名牌企业能跻身世界500强,并形成一批在国际上有一定知名度和在国内具有竞争力的中国名牌产品。广东省提出名牌带动战略,要在3至5年内在中国名牌产品基础上,形成10个

国际知名品牌。河南省要求各级政府和行业主管部门把名牌战略的实施工作,列入各部门重要工作议程。湖北省推出“2003~2005年三年滚动计划”,深入引导企业争创名牌产品,对生产规模、科技含量、质量效益等位居全国同行业前列的40家企业,进行重点扶持。

为推动企业加快名牌战略实施的步伐,地方政府纷纷对获名牌称号企业进行重奖。广东、黑龙江、上海、湖北、河北、河南、四川、天津和大连、深圳、青岛、厦门等地,以及经济欠发达的甘肃省都根据各地实际情况制定了相应的奖励政策。

此外,各级政府培育名牌的力度普遍加大。广东省对列入名牌发展规划的产品,可以申请技改贷款贴息资金,以用于企业补充完善争创名牌产品所必需的生产技术手段和检测手段;技术引进、开发,给予优先扶持;政府采购在同等条件下名牌优先。上海市对企业开展海外商标注册等进行具体指导和技术、资金的支持。湖北省要求质量技术监督部门帮助企业建立标准化、计量检测和质量体系,引导企业制定名牌产品发展规划,推动企业加大科技创新和产品结构调整,提高企业的核心竞争力。

(五) 有效规范了市场经济秩序,维护了公平竞争环境

在新形势下,推进符合市场经济要求的名牌发展战略,建立科学、公正、权威的名牌产品评价规则,通过市场评价推出代表国家水平的中国名牌产品,不仅对企业是有效引导,对消费者也是有效的保护和引导,也使名目繁多的乱评比得到有效遏制,从而有效规范了评价活动和市场竞争秩序,促进公平竞争和优胜劣汰。

三、树立科学发展观,全力推进我国名牌战略,向世界名牌进军

中央和国务院领导对实施名牌战略高度重视,多次作出重要指示,特别对国家质检总局提出明确要求。今年6月,温家宝总理在视察企业时又指出:“企业要在激烈的市场竞争中立于不败之地,就必须创造名牌产品。名牌就是质量,就是效益,就是竞争力,就是生命力。名牌不仅是一个企业经济实力和市场信誉的重要标志,拥有名牌的多少,还是一个国家经济实力的象征,是一个民族整体素质的体现。”黄菊副总理也明确要求:“请质检总局会同有关部门进一步研究适应社会主义市场经济体制的名牌扶持政策,进一步推进中国名牌战略的实施工作。”国家质检总局将认真贯彻党中央、国务院领导的指示,在实施中国名牌战略的基础上,加快培育世界著名品牌。

企业是实施名牌战略的主体。今天,在座的企业都是各行业的龙头,你们要起到标兵作用。一是要牢固树立“质量第一”的观念。质量是名牌的基础,是企业的生命。正如邓小平同志多次强调的:“一定要坚持质量第一。”“质量第一是个重大政策”。今天我们纪念伟人邓小平,就是要将邓小平的质量思想作为指导我们进行社会主义现代化建设的一个长期战略方针。二是要科学管理,苦练内功,提高企业的整体竞争力。今年是我国推行全面质量管理25周年。25年来的实践证明,全面质量管理的推行在我国取得了丰硕的成果,全面更新了我国质量管理的理论,丰富了质量管理的实践,使我国质量水平迈上了一个新的台阶。可以说,引进并积极推行全面质量管理,是我国改革开放以来对外引进最成功、最有影响的范例之一。这次受表彰的企业,是我国质量管理的先进典型,希望你们进一步努力,作出新的贡献。三是要加强品牌建设,争创具有较强竞争能力的世

界名牌产品。我们是产品生产大国，但不是品牌强国，我国自主品牌出口额不到20%，中国名牌企业要担负起建设品牌强国的重任。

四、坚持市场评价为基础，加强政府监管，促进名牌产品评价工作健康发展

中国名牌产品评价已经开展4年了，我们要认真总结经验，进一步完善名牌产品评价方法，在推进名牌战略实施方面实现新的突破。这里，我重点讲4点意见：

一是重申中国名牌战略推进和名牌产品评价机制。要坚持市场评价为基础，企业争创名牌为主体，政府积极推动、引导、监督为保证，顾客满意为宗旨的总体推进机制。引导企业加强内部管理，推进技术创新，提高核心竞争力。

二是强调中国名牌产品的评价纪律。凡是参与中国名牌产品评价工作的有关机构和人员，尤其是各专业委员会的成员，要严于律己、公正廉洁，秉公办事，严格按照规定、按程序进行评价，严禁以权谋私，滥用职权，玩忽职守。

三是坚决反对乱评比。决不向企业收费，不增加企业负担。各种各样以盈利为目的的乱评比增加了企业负担，也扰乱了市场经济秩序。国家质检总局将会同有关部门对乱评比行为进行严厉打击。在此，我也呼吁在座的新闻媒体充分发挥舆论监督作用，对乱评比的行为给予揭露和曝光。

四是加大对名牌产品的监督力度。对取得名牌产品称号的企业要加强监督，促进其不断提高质量管理和产品质量水平。对发生严重问题和重大质量事故的，要按程序撤销其名牌产品称号。对信用不良的企业，坚决不允许其产品参与中国名牌产品评价活动。

同志们，实施名牌战略任重道远。“我们应该有自己的拳头产品，创出我们中国自己的名牌，否则就要受人欺负。”这是12年前邓小平同志对我们的警示，也是今后我们全面推进名牌战略的座右铭。让我们牢记小平同志的嘱托，在以胡锦涛同志为总书记的党中央领导下，扎实工作，奋发进取，以新的面貌、新的成绩，为创出我们中国自己的名牌，为建设品牌强国，为中国名牌走向世界做出更大的贡献。

谢谢大家。

全面落实科学发展观 大力推进实施以质取胜战略

——在全国质量技术监督系统质量管理工作会议上的讲话

(2005年3月1日)



国家质量监督检验检疫总局
党组书记 李传卿

一、近几年来质量管理工作取得了显著成绩，在国民经济建设和社会发展中发挥了重要作用

几年来，全国质量管理战线的同志们按照党中央、国务院关于从源头抓质量的要求，把服务经济、促进发展作为中心任务，讲大局、重创新、求实效，坚持从源头抓质量，大力推进名牌兴企，实施以质取胜战略，各项工作取得显著成绩，为国民经济建设和社会发展做出了积极贡献。突出表现在：

(一) 全国质量管理机构和职能基本到位

随着1998年国务院机构改革，2000年全国质量技术监督系统实行省以下垂直管理，2001年国家质检总局成立，全国质量管理工作机构基本理顺，工作职能基本到位，工作力度明显加大。目前，全国31个省、自治区、直辖市和5个计划单列市质量管理机构全部健全，绝大部分地市级局和部分县级局也建立了质量管理机构。各级质量管理机构按照国务院要从源头抓质量的要求，把工作的着力点放在企业，放在生产领域，采取一系列有效措施，从宏观上加强对质量工作的指导，从微观上加强对企业的服务，促进企业质量管理水平和产品质量的提高，切实履行了质量管理工作职能。随着机构理顺和职能到位，为了适应新形势对质量管理工作的要求，总局和各地方局加大了培训力度，从2002年开始，总局连续三年组织对省级局主管领导和质量处长进行业务培训，各省局也组织了不同形式的培训。通过业务培训和实践，质量管理队伍在实际工作中得到锻炼，整体素质不断提高。

(二) 质量管理工作领域不断拓展

几年来，质量管理战线高举质量振兴的旗帜，牢牢把握经济建设和社会发展的全局，始终坚持“质量第一”的方针，一年一个台阶，每年都有探索与创新。2001年组建中国名牌战略推进委员会，颁布《中国名牌产品管理办法》，开展中国名牌产品评价工作，名牌战略正在全国范围内稳步推进，越来越受到各级党委和政府的高度重视，引起了社会的广泛关注。2002年组织开展质量普查，建立企业质量档案，并在试点的基础上逐步完善和推广，为质

量管理部门掌握企业的质量状况,提高从源头抓质量的针对性和有效性打下良好基础。2003年围绕探索用市场机制评价产品质量,建立了“中国顾客满意指数评价系统”,并首次向社会发布了“中国名牌产品顾客满意指数”调查结果,对引导企业在市场经济条件下,树立向社会负责,让顾客满意的意识,起到了重要的导向作用。2004年又颁布了《缺陷汽车产品召回管理规定》,成立国家质检总局缺陷产品管理中心,全面开展缺陷汽车产品召回工作,为维护消费者的安全与健康提供了有效的保障。这些探索与创新,改变了多年来质量管理工作缺乏活力的状况,质量管理工作随着社会主义市场经济体制的建立和完善,增添了新的内涵,增强了生机和活力。

(三) 质量管理工作促进经济和社会发展的有效性进一步增强

通过坚持不懈的努力,质量管理工作对经济和社会发展的有效性进一步增强,主要体现在三个方面:一是全社会的质量意识明显提高。社会各界对质量问题的关注度越来越强,全民质量法制意识越来越强,企业的质量竞争和品牌意识越来越强,消费者的质量维权观念越来越强;二是有质量才有市场,有市场才有效益,“质量第一”的方针正在成为企业经营战略的核心,加强质量管理正在成为企业经营管理的中心内容,相当一批企业质量管理水平和整体素质有了很大提高;三是推动产品质量上了一个新台阶,全国已涌现出一批在国际市场具有较强竞争力的名牌产品和知名企业,中国产品在国际市场的竞争力不断增强。

几年来,全系统广大质量工作者忠实践行“三个代表”重要思想,围绕抓源头提高质量,实施名牌兴企、以质取胜战略,做了大量卓有成效的工作,为促进国民经济和社会发展发挥了重要作用。在此,我代表总局党组,代表李长江局长、王秦平副局长对全系统质量管理战线的广大干部职工表示衷心感谢并致以崇高的敬意!

回顾几年来的质量管理工作,我们有不少认识和体会值得总结,概括起来主要有五条:一是适应形势,把工作目标从产品质量符合标准要求,向着推进名牌兴企,实施“以质取胜”战略,全面提高我国产业、企业和产品在国内两个市场的竞争力转变;二是把工作机制从具体的事后监督把关,向建立引导企业自律、加强政府监管、发挥市场机制作用三管齐下,动员全社会齐抓共管的工作格局上转变;三是把工作范围从着重抓工业产品质量,向以工业产品质量为重点,兼顾农产品质量、工程质量、服务质量和提高企业质量管理综合水平转变;四是把工作方法从忙于具体事务,向深入调查研究,创新工作机制,开拓工作领域,着重加强对质量管理体制、机制、制度建设上转变;五是把工作层次从各地方各司其职,向加强横向联系和沟通,努力探索地方联动、全国互动,质量管理工作全国一盘棋的新路子转变。对这些有关质量管理工作的规律性认识,我们要坚定不移地坚持下去,并进一步丰富、完善和发展。

在总结成绩和经验的同时,我们还必须清醒地看到存在的问题。主要是我国产品质量总体水平不高、竞争力不强的问题仍然比较突出;一些地方从源头上抓质量的认识还要进一步提高;为企业服务的意识还需进一步增强。我们必须高度重视存在的这些问题,要通过深化改革,创新工作,切实加以解决。

二、从全局和战略的高度，进一步提高对全面实施以质取胜战略重要性的认识

党的十六届四中全会和中央经济工作会议指出，要把中国经济的发展放到世界经济的大格局中谋划，要坚持以科学发展观统领经济社会发展全局，要深刻认识转变经济增长方式刻不容缓，要坚持经济发展以提高质量效益为中心，全面提升我国产业、企业和产品的竞争力。各级质量技术监督部门要从经济社会发展全局的高度，深刻认识全面实施以质取胜战略的重要意义，进一步增强做好质量工作的责任感和紧迫感。

第一，全面实施以质取胜战略是落实科学发展观，实现可持续发展的必然选择。进入新世纪以来，我国经济继续保持了较快的发展速度。2004年，我国国内生产总值超过13万亿人民币，对外贸易总额超过1.1万亿美元。如果保持现在的速度再发展10~20年，我国的综合国力就将跻身世界强国之列，确实令人振奋。但是，必须看到，随着经济规模的不断扩大，我国的产业结构不尽合理、人均资源相对不足的矛盾将更加突出。特别是我国产业结构不尽合理的状况还没有得到根本转变，高能耗、高物耗、高污染，质量水平不高的问题已经成为制约我国经济发展的瓶颈。要改变这种状况，必须按照科学发展观的要求，加大质量工作的力度，通过全面实施以质取胜战略，促进发展循环经济，建立资源节约型社会，把发展经济转到主要依靠科技进步、提高质量、降低消耗和增加效益上来，促进经济和社会的可持续发展。

第二，全面实施以质取胜战略是加快对外开放步伐，提高国际竞争力的现实需要。世界经济全球化的趋势，对我们既是难得的机遇，也是严峻的挑战。随着我国市场大门敞开，国内企业的产品将面临越来越多国外产品的竞争。特别是当前，我国已进入关税大幅度降低的“后过渡期”，关税的最终减让，市场的进一步开放，市场环境的持续改善，将进一步提高国内市场的国际化程度，国外产品的冲击将随之加剧。如何在激烈的国际竞争中获胜，很大程度上取决于产品质量的优劣和性能的高低。当今世界各国都非常重视提高产品质量，都把改进质量和创立品牌作为增强综合实力、提高竞争力的重要手段。我们要实施市场多元化和“走出去”的开放战略，必须走以质取胜的道路，努力提高我国产品质量的总体水平，增强我国的经济实力和国际竞争力。

第三，全面实施以质取胜战略是实现全面建设小康社会奋斗目标的本质要求。近年来，在党中央、国务院的正确领导下，在各地区、各部门和广大企业的共同努力下，我国质量工作得到进一步加强，产品质量水平跃上了一个新台阶，涌现出一批市场占有率大、用户满意的名牌产品，部分产品质量已达到国际先进水平。但是，与国际先进水平相比，我国产品质量总体状况仍有较大差距，还不能适应经济和社会发展的需要，不能满足广大人民群众日益增长的物质文化需求。存在的主要问题，一是部分产品的技术标准不高，产品档次低，严重缺乏国际竞争力。如我国出口纺织品为世界第一，但出口到美国的一吨纤维制品只卖到1.33万美元，而意大利卖到7万多美元，价格相差5倍多；二是部分产品质量差，产品可靠性水平不高。每季度的国家监督抽查，不合格率都在20%以上；三是产品质量安全问题突出，质量事故时有发生。2004年是我国实施缺陷汽车产品召回制度的第一年，因存在安全隐患被确定为应该召回的汽车达31万辆；四是假冒伪劣充斥市场、屡禁不止，不