

之江崛起——纪念改革开放40周年系列丛书

中国

浙商品牌腾飞之旅

LOGO

“之江崛起”丛书编委会 编

领改革开放之风气，浙商品牌从之江大地星星之火到世界之林获巅峰荣耀。以品牌整合资源，推动产品结构、产业结构和企业结构的升级，进而提高品牌经济在社会经济中的比重，创造浙江经济崛起的奇迹。

浙商品牌腾飞之旅就是浙江人顽强拼搏的奋斗之旅，是浙江走向现代工商文明之旅，

是永无休止的创新之旅，更是不断完善自我的嬗变之旅。

从无牌、贴牌到有牌，从有牌到名牌，从名牌到打造国际著名品牌。改革开放新时代，浙江为中国“名片”而战！

之江崛起——纪念改革开放 40 周年系列丛书

中国

浙商品牌腾飞之旅

LOGO

“之江崛起”丛书编委会 编



中国市场出版社
China Market Press

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国LOGO：浙商品牌腾飞之旅 / “之江崛起”丛书
编委会著. — 北京：中国市场出版社，2018.12
(之江崛起：纪念改革开放40周年系列丛书)
ISBN 978-7-5092-1773-3

I. ①中… II. ①之… III. ①品牌—企业管理—研究—浙江 IV. ①F279.275.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第279711号

中国LOGO——浙商品牌腾飞之旅
ZHONGGUO LOGO——ZHESHANG PINPAI TENGFEI ZHI LU

编 著：“之江崛起”丛书编委会
责任编辑：张再青
装帧设计：林智广告
出版发行：中国市场出版社
社 址：北京市西城区月坛北小街2号院3号楼（100837）
电 话：（010）68024335/68034118/68022950/68020336
经 销：新华书店
印 刷：新华通讯社浙江分社印刷厂
规 格：170mm×240mm 16开本
印 张：20.75 字 数：335千字
版 次：2018年12月第1版 印 次：2018年12月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5092-1773-3
定 价：88.00元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

"之江崛起"丛书编委会

总 顾 问: 王永昌

主 任: 张志益

副 主 任: 田 军 郑伟明 叶建华

池方岳 许丽萍 张再青

编 委: 王向阳 蒋国政 陶 力

鲍晓玲 吴 军 于 倩

主 编: 叶建华

副 主 编: 吴 军

执行主编: 于 倩

《中国LOGO——浙商品牌腾飞之旅》编辑部

策 划：田 军

顾 问：钱宝鑫 李 莉 林海华 陈永胜

姜雄伟 孔 亮 李振纲 陶 蔚

李小航 张国华 张 平

主 编：叶建华

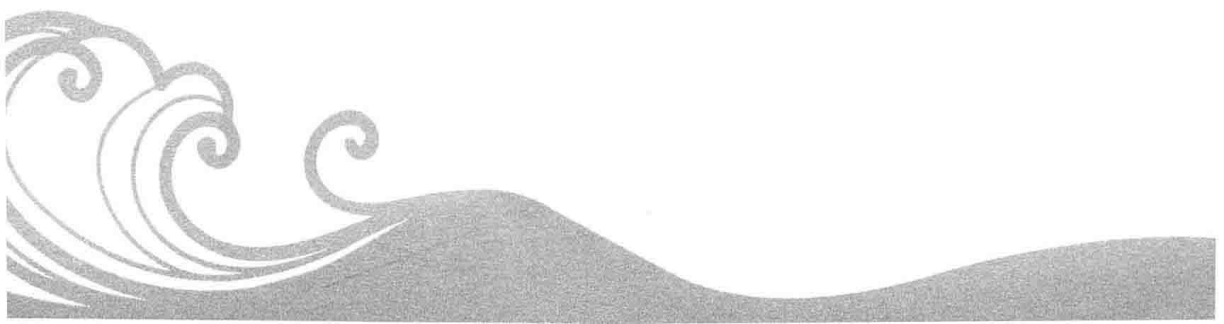
副 主 编：吴 军

执行主编：于 倩

编纂人员：王向阳 陈 彤 龚坚华 柴 丹

陈余玉 夏 燕 安 宇 梅雪风

潘玮琳 于 倩



“之江崛起”
系列丛书

总序

繁华的真谛

王永昌 文

历史，总是在一些特殊年份给人们以汲取智慧、继续前行的力量。2018年，就是这样一个特殊的年份，改革开放40周年，人们回顾过往，继往开来。

1978年，在邓小平同志倡导下，以中共十一届三中全会为标志，中国开启了改革开放历史征程。从农村到城市，从试点到推广，从经济体制改革到全面深化改革，40年众志成城，40年砥砺奋进，40年春风化雨，中国人民用双手书写了国家和民族发展的壮丽史诗。

一滴水可以照映出太阳的光芒，一个地方可以体现一个国家的风貌。

浙江是中国共产党红船的起航地，是中国改革开放的重要先行地，也是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要

萌发地。浙江自古人杰地灵，一条之江，从西向东，横贯全省，哺育两岸人民。改革开放40年来，浙江人民沐浴着阳光雨露，踏着滚滚之江大浪，开启了一轮又一轮改革，创造了一个又一个的“之江奇迹”。浙江以自己的创造性实践，形成诸多鲜活的实践经验，在之江大地上波澜壮阔地展示出了中国道路、中国理论、中国制度、中国文化、中国经济的强大力量，踏踏实实地打造出了当代中国发展的鲜活浙江样本。

这其中，不得不说的是中国共产党领导下的浙商群体。他们与改革开放的历史进程同呼吸共命运，取得了惊天动地的历史性成就。

40年间，浙商和中国企业家群体一起，参与创造了当今中国的变革时代；浙商参与创造了当代中国的基本经济制度，浙江民营经济的成长和发展，为中国特色社会主义制度注入了新的时代活力，进而形成了以公有制为主体的多种所有制经济共同发展的格局；浙商参与创造了一个全面小康的浙江，为浙江经济社会发展实力的较快提升、人民生活水平的较快提高作出了较大贡献；浙商不仅参与创造了浙江精神和浙商文化，助推浙江现代文明的发展，而且形成了一个具有国际影响力的群体。

改革开放40年，浙商是怎么崛起、成长的？浙商发展之路是一条怎样的路？

浙商之路是一条人类生命力量的搏击之路。

人类的生命、生存本性是人类活动和发展的最为深层，和最为基础的动因，这是唯物史观的生存需求论。

浙商的发展之路，从最深层的意义上讲，就是人性的本质使然。因为人们总是要千方百计地去满足自己生存和发展的基本需要，让自己生活得更美好。这就是人的生命的冲动，就是社会生产力的呼唤。

浙商要对中国未来充满信心，要遵循习近平同志“让人民生活得更幸福更美好”的要求，大胆地往前走，不断开拓创业，去寻求新的发展。

浙商之路是一条浙江人顽强拼搏奋斗之路。

一方水土养一方人。浙江人的精神特质与浙江的地域、历史、文化、地理、资源等多种因素息息相关。由历史和现实造就的浙江人的优秀品行，让浙江人用勤劳的双手和智慧的头脑去改变自己的命运，创造自己更美好的生活。

无论是过去还是未来，浙商都需要传承浙江人身上的那种特别能吃苦、特别能创业、特别能忍耐、特别能冒险、特别能发现商机、特别能合作创新等内在品格，并在时代的实践中不断去丰富和光大浙江人身上特有的拼搏奋斗的品质。

浙商之路是一条走向现代工商文明之路。

浙商40年发展之路，是由农民草根创业走向工商业企业家的成长之路，也是资本从单纯原始积累走向多元集聚的拓展之路。浙商是在做小商小贩生意和为城市经济代加工的过程中，逐步走向工商资本发展之路的。40年风雨兼程，从过去的乡镇企业中走出了一大批以股份制为特性的现代企业，过去“农民式”工商业主或者说“草根阶层”，如今已成长为搏击商海的现代企业经营者（企业家）。这充分说明现代工商文明是现代经济的必由之路，而市场经济与工商资本的有机结合，会不可避免地迸发出巨大的发展动能。

浙商40年发展之路，实质上是走向工商文明之路，是市场与资本融合的发展之路，也是一条凤凰涅槃的转型之路。

浙商之路是一条永无休止的创新之路。

浙商40年之路，从来就不是顺风顺水的，他们经历了一次次的创新洗礼。

经历生产产品的更新、企业制度的变革、科技进步的浪潮、产业结构的调整、国际市场的竞争等种种考验，正是在这种变革创新中，浙商才能赢得生存和发展的机遇。浙商的发展过程，也是由创业求生存再到更多地依靠变革创新求发展的过程。

浙商40年成长之路，始终面临着“成长的烦恼”“发展的炼狱”的挑战。浙商在磨难中前进。他们是“涅槃”的“凤凰”，是“突围”的“勇将”。现在的浙商，更多依靠和追求的是创新红利、人才红利、科技红利。

浙商之路是一条不断完善自我的嬗变之路。

浙商40年发展轨迹证明，他们是社会财富、社会文明和现代文明人（主体）的创造者，他们在改变世界的同时，也改变了自己——使自己不断成长为现代浙商。

正如改革开放需要再出发那样，浙商们也需要再提升再完善再出发：变革创新再出发，创业发展再出发，完善自我再出发，贡献社会再出发。

无论是总结回顾过去40年还是展望未来的岁月，我们对浙商群体都充满信心，也充满了期待，相信浙商的未来会更加美好，国家的未来也会更加阳光灿烂。

在举国同庆改革开放40周年的重要历史节点，欣闻市场导报社策划编纂了“之江崛起”系列丛书。这家伴随着1992年小平同志南方重要讲话而诞生的报纸，由浙江省工商局创办，长期报道浙江经济，特别关注浙江民营经济发展。这些年，经过改革创新和全新改版，成功实现了从传统媒体向融媒体的转

型发展。市场导报社积累了大量人气和内容资源，并缔造了“浙商女杰”等大众耳熟能详的企业家品牌。

为认真贯彻落实习近平总书记“要隆重纪念改革开放40周年”的指示，以党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，以“八八战略”为总纲，干在实处，走在前列，弘扬企业家精神、劳模精神和工匠精神，推进“四个强省”“六个浙江”建设，大力宣传驰骋商海、勇立潮头的浙商军团在改革开放40年中取得的突出成就，展示浙商的独特风采，市场导报社联合全省相关部门，与中国市场出版社共同策划推出“之江崛起”系列丛书编纂工程。

“之江崛起”丛书聚焦浙江经验以及浙江经济建设的主力军——600万市场主体、1000万浙商，将陆续推出小微企业成长样本、浙商品牌样本、浙商市场样本、浙商女杰样本等在改革开放历程中取得可喜成就、值得讴歌的经验、群体、企业家等，以书籍的形式公开出版发行。

浙商群体作为中国改革开放的弄潮儿形象，那种善于吃苦创业、敢于搏击市场风浪、勇于变革创新、富有时代责任感的坚强形象跃然纸上，屹立于之江大地，成为带动浙江高质量发展的精神内核。

之江崛起，繁华的真谛就在这里。期待“之江崛起”系列丛书震撼上市，特为之作序。

2018年10月28日于杭州

（作者系第十二届浙江省人大常委会副主任、
浙江省文史馆馆长、浙商发展研究院院长）

■ 前言

为“国家名片”而战

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，也是参与经济全球化的重要资源。拥有国际品牌的数量和质量，体现了一个国家的经济实力和科技水平。

领改革开放之风气，浙商品牌从之江大地的星星之火到世界之林获巅峰荣耀。他们以品牌整合资源，推动产品结构、产业结构和企业结构的升级，进而提高品牌经济在社会经济中的比重，创造浙江经济崛起的奇迹。

（一）

改革开放40周年，浙江品牌建设水平雄居全国前列。截至2017年年底，全省有效注册商标量为154.48万件，位居全国第二（仅次于广东），占全国有效商标注册量的16%；成功创造树立600余件驰名商标和3600余件浙江省著名商标；地理标志商标208件，马德里注册4972件。全省办理商标质押登记482件，涉及商标1860件，授信额58.6亿元，办理商标质押登记件数占全国同期办理总量的37.4%，位居全国第一。“丽水山耕”“余姚榨菜”“金平湖”等区域公用品牌整合地区资源，

“母鸡”带“小鸡”，孵化出数百个子品牌，惠及数万当地农户和经营户，释放出越来越大的社会效益。

品牌建设和经济发展互为因果，品牌强则经济强。至2017年年底，全省每百户企业商标拥有数达78.7件。在之前发布的“中国商标发展百强县”榜单中，浙江独占33席，位居全国第一。前十名榜单，浙江入席的义乌、乐清、瑞安、慈溪和诸暨五县市均为民营经济发达的地区。

(二)

品牌发展并非一蹴而就。40年来，浙江品牌建设经历了粗放式发展、快速发展、国际化发展以及转型发展等不同阶段。从无牌、贴牌到有牌，从有牌到名牌，从名牌到打造国际著名品牌，浙江广大工商企业也完成了企业升级历史性巨变。政府引导、部门助推、企业担纲，作为商标品牌的主管机关，浙江省工商行政管理部门为全省民营企业争创品牌、保护品牌、运作品牌，营造良好的品牌发展环境做出了卓有成效的努力。

在粗放式发展阶段（1978—1991年），全省企业申请商标总量迅速增加，在浙江省工商局对商标进行调查摸底、清理和恢复注册的1980年，全省共成功注册商标300多件。到1991年年底，全省商标总量突破2万件。雅戈尔集团、华立集团、正泰集团、飞跃集团等民营企业因商标品牌意识先人一步，抢占了市场经济的先机。但该时期属于卖方市场，品牌总量急剧增加的同时，假冒伪劣层出不穷，全国多地爆发的“火烧温州鞋”等质量事件，留下那个年代的深刻烙印。

在快速发展阶段（1992—2004年），浙江民营企业痛定思痛，改变发展方式，注重塑造全国著名品牌。1995年4月，民营企业——宁波玉立电器公司的“玉立”商标成为全省最早的驰名商标。浙江省工商局在1992年开启省著名商标消费者评选活动，“娃哈哈”等75件商标被消费者投票评为省著名商标。1997年4月，《浙江省著名商标认定和保护条例》率先颁布，标志着浙江品牌

建设步入法制化、制度化、规范化轨道，省市县三级梯队品牌认定体系的形成促使全省品牌大发展。

在国际化发展阶段（2005—2010年），时任浙江省委书记的习近平同志在浙江省工商局上报的《关于品牌大省建设政策措施的报告》上作出批示：“品牌建设是转变经济增长方式、优化产品结构、促进产业升级的关键举措，要作为工作重点，形成具体工作方案扎实推进。”在省工商局推动下，浙江开启“品牌大省”大幕。该时期，浙江民营企业加快实施品牌“走出去”的战略，运用国际和国内两种资源和两个市场，全力推动浙江品牌大省战略。吉利集团购买瑞典品牌沃尔沃、金华的浙江盛世游艇有限公司收购意大利游艇品牌等典型跨国并购案引起巨大社会反响，“浙系”品牌军团由此声名鹊起。

在转型发展阶段（2011年至今），随着世界工业制造业进入新的转型升级期，互联网技术和人工智能技术日臻成熟，中国迎来新一轮科技革命和产业变革。在经济发展新常态下，如何做到以提高经济发展质量和效益为中心？2014年，国家主席习近平提出“中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变”。国务院据此出台制造强国中长期发展战略规划——《中国制造2025》并印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，最终在2017年正式宣布每年的5月10日为“中国品牌日”，这意味着国家品牌战略的正式开启。

积极贯彻落实国家和省委省政府的战略部署，浙江省工商局围绕商标品牌战略主要环节，在政策层面，力促驰名商标、省著名商标等商标项目列入省委省政府对各地市县党委政府工作的重要考核指标。在抓手层面，探索启动商标品牌指导站建设，统筹品牌基地创建，创新性地把品牌创建和服务工作延伸到乡镇一级，便捷、高效、近距离地指导服务。2016年以来，以商标便利化改革为契机，成功推动六个“国”字号商标受理窗口在浙江落户，使浙江企业在家门口即可申请注册商标。在示范层面，全省围绕打造浙江经济“升级版”，一

方面启动省第一、二、三批“三名工程”试点培育，通过强化扶优扶强政策导向，指导企业加强创新，引导走中高端发展道路；另一方面，立足地区品牌个性，启动省级商标品牌示范单位评价工作，至2017年年底累计评出22个县（市、区）、39个乡镇（街道）和143家企业成为商标品牌示范单位，点线面联动，形成集群品牌、企业品牌和产品品牌三者相互支撑的示范带动效应，有力推动全省品牌建设的升级发展。与此同时，以创新监管方式、强化协调配合，线上线下“一体化”加强商标保护。

立足于之江大地，崛起于世界之林，改革开放40周年，越来越多浙商品牌突破一地一域的掣肘，开启腾飞之旅，以“中国名片”的雄姿与世界共舞！

（三）

历史，总是在一些特殊年份给人们以汲取智慧、继续前行的力量。改革开放40周年，人们回顾过往，继往开来。作为全省品牌建设的总策划师和总导演，浙江省市场监督管理局全新组建，浙江品牌建设工作由此进入新时代。立足职能，发挥能动性，以有形之手和无形之手“双手互搏互助”，参与并指挥推动“品牌强省”向更深层次迈进的大幕已然开启。

站在新时代的门槛，寻找、解构浙江品牌的样本，对于重温改革开放的时代精神、渲染创新创业的热潮、助力“品牌强省”的落实，意义重大。在隆重纪念改革开放40周年之际，市场导报社与国家发展改革委直属的中国市场出版社联合编纂《中国LOGO：浙商品牌腾飞之旅》一书，解析40个浙江品牌的典型样本，探索浙商品牌在转型升级中的普遍规律，书写在改革开放洪流中浙江人民解放思想、实事求是、与时俱进的品牌故事，传递这个时代的好声音，寻求继续前行之路。

国家间的竞争就是品牌化的竞争，一个国家的经济是否强盛与其国际品牌的多寡强弱密不可分，品牌崛起预示着国家崛起，品牌腾飞预示着国家腾飞。新时代，浙江为“国家名片”而战！

目录 (排序不分先后)

- 1 千年舟新材料科技集团有限公司：19年，做一张“放心板”
- 9 富通集团有限公司：创新驱动 守正致远
- 19 中美华东制药股份公司：医药行业的“第一”和“唯一”
- 28 杭州同福永酿酒有限公司：“三板斧”，百年老字号重塑辉煌
- 34 宁波索诺工业自控设备有限公司：气动业“标杆”的品牌坚守
- 41 三生（中国）健康产业有限公司：做大不如做强，做强不如做久
- 48 得力集团有限公司：从一只笔筒到“世界文具王国”
- 55 宁波方太厨具有限公司：只打“价值战”，不打“价格战”
- 62 公牛集团有限公司：插座“巨无霸”的匠心坚守
- 69 浙江帅康电气股份有限公司：“榜首”的奥秘
- 78 海天塑机集团有限公司：注塑机行业的“中国名片”
- 85 宁波金田铜业（集团）股份有限公司：铜业领军品牌的成长密码
- 91 音王电声股份有限公司：吹响中国民族音响业的冲锋号
- 98 浙江铁枫堂生物科技股份有限公司：177年“老字号”的“长寿经”

CONTENS

- 106 康奈集团有限公司：“鞋王”的品牌之道
- 114 永艺家具股份有限公司：用匠心打造一把好椅子
- 123 浙江欧诗漫集团有限公司：一颗珍珠的美丽蜕变
- 133 浙江美欣达纺织印染科技有限公司：雏鹰之志
- 142 诺力智能装备股份有限公司：重诺力行 物动随心
- 151 雅莹集团股份有限公司：以文化铸就东方时尚品牌之美
- 159 加西贝拉压缩机有限公司：压缩机行业的“中国心”
- 167 浙江友邦集成吊顶股份有限公司：千亿集成吊顶行业的缔造者
- 175 嘉善县供销合作社联合社：“银加善”的漩涡效应
- 182 绍兴咸亨集团股份有限公司：文化助力+传承创新=咸亨“新天地”
- 189 喜临门家具股份有限公司：小作坊里孕育出的“中国床垫第一股”
- 196 中国绍兴黄酒集团有限公司：让中国黄酒香溢全球
- 203 浙江龙盛集团股份有限公司：构筑“百年龙盛”打响国际品牌

- 210 | 海亮集团有限公司：善业恒久远 产业尽报国
- 217 | 王力集团有限公司：以工匠精神打造门业“国民品牌”
- 225 | 春天集团有限公司：让“春天”走进千家万户
- 231 | 浙江森宇实业有限公司：从行业标杆到健康产业硅谷缔造者
- 240 | 浙江尖峰药业有限公司：风华正茂一甲子 百年尖峰再起航
- 248 | 浙江不老神食品有限公司：东方有个“不老神”
- 259 | 中国水产舟山海洋渔业有限公司：蓝海碧波中闪耀的“明珠”
- 270 | 浙江新杰克缝纫机有限公司：做世界最好的缝纫机
- 278 | 吉利集团有限公司：驰骋在高质量发展跑道上
- 285 | 浙江台州爱仕达电器有限公司：“第一锅”的创牌密码
- 291 | 伟星集团有限公司：一颗纽扣开启百年梦想
- 398 | 浙江华海药业股份有限公司：让世界关注“中国药”
- 305 | 丽水市农业投资发展有限公司：“丽水山耕”的富农传奇