|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **중국 공업기업 브랜드 구축 가속화에** **관한 지도의견**공신부연과[2011]347호각 성, 자치구, 직할시 및 계획단열시, 신강생산건설병단의 공업 및 정보화 주관부문, 발전개혁위원회, 재정청(국), 상무주관부문, 공상행정관리국, 질량기술감독국, 수출입 상품 검험검역국, 중국인민은행 상해본부, 각 지점, 영업관리부, 성회(성도省都 행정부) 도시 중심지점, 부(副) 성급 도시중심지점, 유관 업종협회(상회): 개혁개방 30년 이래로, 중국 공업경제는 비약적인 성장을 실현해 왔고, 인민의 요구를 만족시키기 위해 국민경제발전을 촉진하는데 중대한 공헌을 세웠다. 그러나 공업경제 발전속도와 규모를 비교하여 보았을 때, 공업기업의 브랜드 구축은 뚜렷이 낙후되어 중국 공업 업종의 경쟁력 제고와 발전방식 변화를 실현하는 데 중대한 장애요인이 되었다. 《중화인민공화국 국민경제와 사회발전 제12차 5개년 규획요강》 중 제기된 “자주 브랜드 구축과 브랜드 가치 및 그 효과의 제고를 촉진하여 국제적 지명 브랜드와 국제경쟁력을 보유한 대형기업의 발전을 가속화 한다”는 요구를 실현하기 위해 본 지도의견을 특별히 제정한다. 1. 중국 공업기업 브랜드 구축 가속화의 중요 의의전체적인 국민경제의 발전과 ‘12.5’ 규획 임무를 전략적으로 높은 수준으로 실현하는 것부터 공업기업 브랜드 구축의 주요 의의를 이해하고 인식할 필요가 있다. 중국 공업기업 브랜드 구축의 가속화는: 경제 구조조정을 촉진하고, 발전방식 변화시키며, 중국 특색의 신형 공업화 길목으로 가는 필연적인 요구이다; 내수전략 확대를 견지하고 소비 잠재력을 발산하고 국제 경쟁력을 증강하는 객관적인 요구이다; 공업의 창조적인 발전을 촉진하고 과학기술 성과를 촉진하여 생산력으로 변환 실현하는 중요한 단계이다; 품질 신뢰도를 수립하고 유지하여 “중국제조(made in china)”의 국제적 이미지와 영향력을 조성하는 데 튼튼한 기초가 된다. 2. 지도사상, 총체적 목표와 기본원칙 (1) 지도사상 과학발전관을 지도로 삼아 경제발전 방식의 변화와 중국공업기업의 핵심경쟁력 제고를 촉진한다. 기업을 주체로, 공업기업의 창조능력과 브랜드 육성의식 및 상표등록, 운영, 관리와 보호능력의 제고를 통해 브랜드의 부가가치와 영향력을 증강시킨다. 각 측의 자원을 협조하여 공업기업 브랜드 성장 정책과 시장환경에 도움이 되도록 협력하고, 제조대국에서 제조강국으로의 변화를 가속화 한다. (2) 총체적 목표 2015년 까지 중국 공업기업의 창조능력과 브랜드 육성능력을 현저히 증강시키고 공업기업의 브랜드가 성장하는 시장환경을 명확히 개선한다. 50% 이상의 중대형 공업기업이 브랜드 전략을 제정, 실현하고 브랜드 제품시장 점유율과 브랜드 부가가치를 뚜렷이 제고시킨다. 국제적인 영향력을 보유한 자주 브랜드를 중점적으로 육성한다. (3) 기본원칙 기업을 주체로 기업이 브랜드 구축의 주체적인 역할을 발휘하도록 한다. 우수한 품질, 기술, 창조성을 브랜드 구축의 핵심역할을 하도록 견지하고, 공업제품 지적재산권의 창조, 운영, 보호와 관리능력을 확대하여 자주적인 지적재산권을 보유한 기술표준 촉진을 장려한다. 시장의 유도를 견지하고 시장경쟁, 우승열패(优胜劣汰)를 통해, 높은 지명도와 신뢰도를 보유한 공업브랜드를 육성한다. 정책지도를 견지하여 정책 지원, 시장규범과 공공 서비스 시스템건설 강화를 통해 적극적으로 중국 공업기업 브랜드 발전경로를 탐색한다. 3. 주요임무와 업무내용 (1) 공업기업 브랜드의식 강화 지도 공업 및 정보화 부문은 유관부문, 업종협회와 협의하여 브랜드 육성을 공업제품 품질과 신뢰도 건설의 주요내용으로 삼아 기업이 품질과 신뢰를 핵심으로 하는 브랜드의식 강화를 지도한다. 각 유관부문은 각종 활동과 여러 매체형식을 통해 전폭적으로 브랜드 구축의 중요의의를 홍보하고 브랜드 성장에 도움이 되는 사회분위기를 조성한다. 공업 및 정보화, 공상, 질검 등 부문은 각 지역, 업종과 기업에 브랜드 구축 성공경험 홍보에 더 큰 힘을 싣는다. 발전개혁, 공업 및 정보화, 상무, 재정과 인민은행 등 부문은 정책, 자원과 시장의 유도역할을 발휘하여 기업의 브랜드 구축강화를 지도한다. (2) 브랜드 구축 규획 강화 공업 및 정보화주관부문, 업종협회는 브랜드 구축에 대한 총괄 규획을 강화하고 직책목표를 명확히 하여, 정책조치를 시행해야 한다. 각 지역, 각 업종은 충분한 조사연구를 진행하여 해당 지역, 해당 업종의 브랜드 구축규획을 제정하고 “12.5”규획과 유기적으로 결합한다. 조건이 있는 지역과 업종은 규획과 결합되는 브랜드 구축 공정을 조직시행하고 지역성, 업종성 육성 브랜드 우위를 중점으로 하여 유관 정책, 조치와 자원을 시행하고 공업기업의 브랜드 발전규획을 장려하여 필요한 지도와 보조를 지원한다. (3) 공업기업 브랜드 구축능력 제고 촉진 공업 및 정보화, 공상, 질검 등 부문과 업종협회는 브랜드 육성활동을 조직, 전개하여 기업브랜드 육성의식과 상표 등록, 운영, 관리와 보호능력을 제고하도록 한다. 선진적인 판매이론, 브랜드 관리방식과 방법을 보급하여 기업의 시장연구조사, 제품 포지셔닝, 마케팅전략, 광고홍보, 공공관계 서비스 등 방면의 능력과 수준을 중점적으로 강화시킨다. 공업기업의 실제에 적합한 브랜드 관리 메커니즘과 브랜드 형상화 방법 개발을 장려하고 브랜드 전략을 구축하며, 브랜드 경영을 시행하여, 브랜드 문화를 육성한다. 공업기업이 지적재산권 법률, 특히 상표법률제도의 운용을 중시하도록 지도하고, 전략, 관리, 홍보와 자산관리 등 각 측면에서 브랜드 구축을 촉진한다. 기업의 개발품목, 품질제고 등 방면에 대해 기술개선 프로젝트 지원 정도를 확대하여 기업 창조능력을 강화하고 제품의 실물품질 수준을 제고한다. 재정, 인민은행 등 부문은 재세, 금융 등 정책역할을 발휘하여 공업기업의 기술개발과 품질제고 등 방면의 투자를 장려한다. 국가와 업종표준 건설을 가속화하고, 국제표준과 국외 선진 표준 연구를 조직 전개하여 공업기업이 국제표준에 제정/수정에 참여하도록 장려하며, 기업의 시장적응 능력과 기술환경 변화능력을 제고시킨다. (4) 브랜드 발전 외부환경 개선 상무, 공상, 질검 등 부문은 업종협회와 협의하여 지방보호 타파, 시장경계 제거, 기업부담을 감경하여 국내의 통일적인 시장을 건립한다. “가전하향(家电下乡)등 시장과 관련된 정책과 요구의 홍보를 강화하여 기업의 유관정책 이해 및 수준 파악을 제고한다. 상무부문은 상업기구의 지도와 관리를 강화해야 하며, 브랜드 제품의 판매경로를 넓히고, 국내외 공업기업이 브랜드시장에서 동등한 대우를 받도록 조성한다. 유관부문은 업종협회와 협의하여 공업기업 브랜드 다지역 보호업무 분담협조를 강화한다. 국외브랜드 보호의 우수한 경험을 본보기로 삼아 중국 공업기업 상표의 경외 등록, 사용과 보호현황에 대해 추적연구를 강화하고 단계별로 해외 상표분쟁 경고 메커니즘과 위기관리 메커니즘을 건립한다. 상무, 공상, 질검 등 부문은 유관 업종협회와 협의하여 중국제조 브랜드 이미지 형성을 촉진하고 중점시장과 신흥시장에서 제품전람, 판촉, 광고 등의 활동을 진행하여 브랜드 시장경쟁력과 브랜드 가치의 제고를 촉진한다. 공업기업이 해외에서 마케팅활동을 벌이는 것을 장려하고, 기업의 적극적인 상표의 국제등록 진행을 지도한다. 기업의 경외 상표등록, 경로탐색 등 업무에 대해 관련 서비스를 제공한다. 발전개혁위원회, 재정, 인민은행 등 부문은 금융기구에게 금융제품과 서비스방식의 창조가속화를 유도하고 공업기업이 브랜드 자산을 법에 의거하여 담보융자를 이용할 수 있도록 지원하며, 유관 금융서비스를 개선하고 완벽화 한다. 기업브랜드 신용담보제도 건립을 모색하여 적극적으로 기업융자 경로를 개척하고 조건에 부합하는 공업기업이 상장을 통해 자금을 모집하고 채권을 발행하는 것을 지원한다. 기업이 브랜드를 연결고리 삼아 M&A를 진행하는 것을 장려한다. 발전개혁위원회, 상무, 공상, 질검 등 부문은 합자합작 과정 중 공업기업 브랜드의 보호와 관리를 강화해야 한다. 공상, 질검, 공업 및 정보화 부문은 품질감독, 시장관리감독을 강화해야 하며, 전문 관리활동을 조직하여 전개하고 등록상표의 전용권을 침범하는 위법행위를 타파한다. 중국 공업기업의 업종 상표전용권 행정보호를 확대하여 상표 보유기업의 합법적인 권익을 보호한다. 공업 및 정보화, 질검 부문은 업종협회와 협의하여 “공업제품 품질규범 제고”, “품질흥업(质量兴业)”, “품질흥기(质量兴企)”활동 중 브랜드 육성을 중점내용으로 삼아 품질 난관극복과 공급체인 품질 보증능력 등 업무의 조직을 통해 브랜드 구축을 지원해야 한다. 공업제품 품질통제와 기술평가 능력수립을 가속화해야 하며, 중소기업 서비스 플랫폼을 전폭 발전시켜 기업의 대외교류, 정보자문, 기술자문에 대해 서비스를 제공하고, 제품 연구설계와 브랜드 보급 플랫폼 역할을 충분히 발휘하도록 한다. (5) 브랜드 구축의 지도와 서비스 강화공업 및 정보화 주관부문은 상무, 공상, 질검 등 부문 및 업종협회와 협의하여 제품 브랜드 구축의 구체적인 지도를 강화해야 한다. 각 업종의 특성에 근거하여 업종별 브랜드 구축 지도문건 제출을 장려한다. 공업기업이 완벽한 브랜드 육성 관리체계와 평가체계를 건립하도록 지도하여 브랜드 육성의 과학화 수준을 제고시키고 브랜드 육성업무를 지속적으로 개진한다. 공업기업이 해외의 우수한 브랜드 관리 경험과 모범적인 교류 및 분배에 참여하는 것을 지원한다. 지역과 업종규범을 장려하고 브랜드 육성과 관련된 자문과 훈련서비스를 보급하여 브랜드 업무의 전문지도를 강화한다. 각급 부문, 업종협회는 브랜드 육성업무 효과가 뚜렷한 지역, 업종과 기업에 대해 중점 지원을 진행하고 적절히 표창장려 한다. 브랜드 구축 성공경험의 홍보를 확대하여 브랜드 구축의 심도있는 전개를 촉진한다. 4. 업무요구 공업 및 정보화부는 발전개혁위원회, 재정부, 상무부, 인민은행, 공상총국, 질검총국 및 유환 업종협회와 연합하여, 공업기업 브랜드 구축 업무 공동회의 메커니즘을 건립하고, 비정기적으로 회의를 개최한다. 업무의 중점내용을 확정하고 공업기업 브랜드 구축 업무를 협조하고 지도한다. 각 부문은 “총괄협조, 책임명확, 협동협력, 총체촉진”의 원칙에 따라 각자 맡은 바 업무를 완수하고, 협조를 강화한다. 각 지역의 공업 및 정보화 주관부문은 브랜드 구축 업무에 대한 협조를 총괄하고 유관부문과 협의하여 현지의 실제정황을 반영하여 구체적인 실시방안의 연구 제정하고 이를 성실히 이행한다. 브랜드 구축 문제를 지속적으로 총괄하고 적극적으로 성공경험을 보급하여 적시에 정보수집과 피드백을 완수한다. 공업 및 정보화부국가발전개혁위원회 재정부 상무부중국인민은행국가공상행정관리총국국가질량감독검험검역총국2011년 7월 22일  |  | **关于加快我国工业企业品牌****建设的指导意见**工信部联科[2011]347号各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、发展改革委、财政厅（局）、商务主管部门、工商行政管理局、质量技术监督局、进出口商品检验检疫局，中国人民银行上海总部、各分行、营业管理部、省会（首府）城市中心支行、副省级城市中心支行，有关行业协会（商会）：　　改革开放30年来，我国工业经济实现了跨越式发展，为满足人民需求，促进国民经济发展做出了重要贡献。但与工业经济发展的速度和规模相比较，工业企业品牌建设明显滞后，已经成为我国工业行业进一步提高竞争力，实现发展方式转变的重大障碍。　　为落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中提出“推动自主品牌建设，提升品牌价值和效应，加快发展拥有国际知名品牌和国际竞争力的大型企业”的要求，特制定本指导意见。　　一、加快我国工业企业品牌建设的重要意义　　要从国民经济发展全局和实现“十二五”规划任务的战略高度，理解和认识工业企业品牌建设的重要意义。加快我国工业企业品牌建设，是促进经济结构调整、转变发展方式，走中国特色新型工业化道路的必然要求；是坚持扩大内需战略，释放消费潜力，增强国际竞争力的客观需要；是推动工业创新发展，促进科技成果向现实生产力转化的重要抓手；是树立和维护质量信誉，打造“中国制造”的国际形象和影响力的坚实基础。　　二、指导思想、总体目标和基本原则　　（一）指导思想以科学发展观为指导，促进转变经济发展方式，推动我国工业企业核心竞争力的提升。坚持以企业为主体，通过促进工业企业提高创新能力和品牌培育意识以及商标注册、运用、管理和保护能力，增强品牌附加价值和影响力。协调各方资源，合力营造有利于工业企业品牌成长的政策和市场环境，加快实现从制造大国向制造强国的转变。　　（二）总体目标　　到2015年，我国工业企业创新能力和品牌培育能力显著增强，工业企业品牌成长的市场环境明显改善。50%以上大中型工业企业制定并实施品牌战略，品牌产品市场占有率和品牌附加值显著提高。重点培育一批具有国际影响力的自主品牌。　　（三）基本原则　　坚持以企业为主体，发挥企业在品牌建设中的主体作用；坚持突出质量、技术、创新在品牌建设中的核心作用，加大工业产品知识产权的创造、运用、保护和管理力度，鼓励推广具有自主知识产权的技术标准；坚持以市场为导向，通过市场竞争、优胜劣汰，培育拥有较高知名度和美誉度的工业品牌；坚持政策引导，通过政策扶持、规范市场和加强公共服务体系建设，积极探索我国工业企业品牌发展道路。　　三、主要任务和工作内容　　（一）引导工业企业增强品牌意识　　工业和信息化部门会同有关部门和行业协会，要把品牌培育作为工业产品质量和信誉建设的重要内容，引导企业增强以质量和信誉为核心的品牌意识。各有关部门要通过各种活动和各类媒体形式，大力宣传品牌建设的重要意义，营造有利于品牌成长的社会氛围。工业和信息化、工商、质检等部门，要加大力度总结宣传各地区、行业和企业在品牌建设中的成功经验。发展改革、工业和信息化、商务、财政和人民银行等部门，要发挥政策、资源和市场的导向作用，引导企业加强品牌建设。　　（二）加强品牌建设规划　　工业和信息化主管部门、行业协会要加强对品牌建设的统筹规划，明确职责目标，落实政策措施。各地区、各行业要在充分调研的基础上，制定本地区、本行业的品牌建设规划，并与“十二五”规划有机结合。有条件的地区和行业要组织实施与规划配套的品牌建设工程，以培育区域性、行业性品牌优势为重点，落实有关的政策、措施和资源，鼓励工业企业建立品牌发展规划，并给予必要的指导和帮助。　　（三）促进工业企业提高品牌建设能力　　工业和信息化、工商、质检等部门和行业协会，要组织开展品牌培训活动，提高企业品牌培育意识和商标注册、运用、管理和保护能力；要推广先进的营销理论、品牌管理模式和方法，重点增强企业在市场调研、产品定位、营销策划、传播宣传、公关服务等方面的能力和水平。要鼓励工业企业开发切合实际的品牌管理机制和品牌塑造方法，建立品牌战略，实施品牌经营，培育品牌文化。 指导工业企业重视知识产权法律尤其是商标法律制度的运用，从战略、管理、传播和资产管理各个层面推进品牌建设。　　要加大技术改造项目对企业在开发品种、提升质量等方面的支持力度，增强企业创新能力，提高产品实物质量水平。财政、人民银行等部门要发挥财税、金融等政策作用，鼓励工业企业加大在技术开发和质量提升等方面的投入。　　要加快国家和行业标准建设，组织开展对国际标准和国外先进标准的研究，鼓励工业企业参与国际标准的制修订，提高企业适应市场和技术环境变化的能力。　　（四）改善品牌发展外部环境　　商务、工商、质检等部门会同行业协会，要协调配合，打破地方保护，消除市场壁垒，减轻企业负担，构建国内统一市场；要加强对“家电下乡”等与市场有关的政策和要求的宣传，提高企业对有关政策的理解和把握水平。商务部门要加强对商业机构的指导和管理，拓宽品牌产品的销售渠道，为国内、外工业企业创造同等品牌市场待遇。　　有关部门会同行业协会，加强跨区域工业企业品牌保护工作的分工协调；研究借鉴国外品牌保护的优秀经验，加强对我国工业企业商标境外注册、使用和保护情况的跟踪研究，分阶段建立海外商标纠纷预警机制和危机管理机制。　　商务、工商、质检等部门会同有关行业协会，要推动中国制造的品牌形象塑造，在重点市场和新兴市场举办产品展览、推广、广告等活动，促进提升品牌市场竞争力和品牌价值；鼓励工业企业在海外开展营销活动，引导企业积极进行商标国际注册；对企业在境外商标注册、渠道拓展等工作提供相关服务。　　发展改革、财政、人民银行等部门要引导金融机构加快推进金融产品和服务方式创新，支持工业企业利用品牌资产依法依规抵押融资，改进和完善有关金融服务；要探索建立企业品牌信用担保制度，积极拓宽企业融资渠道，支持符合条件的工业企业通过上市融资和发行债券；鼓励企业以品牌为纽带进行并购重组。　　发展改革、商务、工商、质检等部门，要加强对合资合作过程中工业企业品牌的保护和管理。　　工商、质检、工业和信息化等部门，要加强质量监督、市场监管，组织开展专项整治活动，打击侵犯注册商标专用权违法行为，加大对我国工业企业行业商标专用权行政保护力度，保护商标持有企业合法权益。　　工业和信息化、质检部门会同行业协会，要在“提高工业产品质量示范”、“质量兴业”和“质量兴企”活动中，以品牌培育为重点内容，通过组织质量攻关和提高供应链质量保证能力等工作，支持品牌建设；要加快工业产品质量控制和技术评价能力建设，大力发展中小企业服务平台，为企业对外交流、信息咨询、技术咨询提供服务，并发挥产品研发设计和品牌推广平台的作用。　　（五）加强对品牌建设的指导和服务　　工业和信息化主管部门会同商务、工商、质检等部门及行业协会，要加强对品牌建设的具体指导。鼓励各行业根据特点提出行业性品牌建设的指导性文件；指导工业企业建立完善品牌培育管理体系和评估体系，提高品牌培育的科学化水平，实现品牌培育工作的持续改进；支持工业企业积极参与国际优秀品牌管理经验和标杆的交流与分享；鼓励地区和行业规范并推广与品牌培育相关的咨询和培训服务，加强对品牌工作的专业指导。　　各级部门、行业协会，可对品牌培育工作成效显著的区域、行业和企业进行重点扶持并给予适当的表彰奖励，以加大对品牌建设成功经验的宣传力度，推动品牌建设深入开展。　　四、工作要求　　工业和信息化部联合发展改革委、财政部、商务部、人民银行、工商总局、质检总局及有关行业协会，建立推进工业企业品牌建设工作会商机制，不定期召开会议，确定工作重点，协调和指导工业企业品牌建设工作。各部门要按照“统筹协调、明确责任、协同配合、整体推进”的原则，各司其职，加强协调配合。　　各地工业和信息化主管部门要综合协调品牌建设工作，会同有关部门，结合本地区实际，认真研究制定具体实施方案并组织实施。要不断总结品牌建设中的问题，积极推广成功经验，及时做好信息搜集和反馈。工业和信息化部国家发展和改革委员会财政部商务部中国人民银行国家工商行政管理总局国家质量监督检验检疫总局二Ｏ一一年七月二十二日　      |