

## 一山东淄博形象发展的启示

近日，山东省淄博市又有5件形象被认定为驰名形象，至此，该市驰名形象总数增至32件，继续位居山东省各地市前列。在经济增长放缓的形势下，该市工厂争创品牌热度却有增无减，这主要得益于工商部门始终不懈地坚持指导腹地工厂走品牌工厂品牌产业品牌经济品牌城市的发展之路。

### 产业调整的助推点

淄博工业发展已有百年汗青，然则产业链短、终端产物少、附加值低的问题一直比较突出，发展模式转型势在必行。工商部门以品牌建设为抓手，鼓励产业结构的调整，努力促使传统产业形成竞争新优势。

针对化工、医药、建材、纺织等传统支柱产业面临的发展猜疑，淄博市工商局策划举办了8期高层讲座，对工厂进行系统的转型发展知识培训。该局专门逢九年商标转让邀请中华形象协会专家为建陶业主产区淄川区量身打造《淄川建陶业形象战略规划》，以改变该区建陶业生产厂家多、品牌优势不明显的情况；邀请中国品牌发展战略课题组专家到周村实地调研，为该区家具行业发展指明转型偏差；精心搀扶陶瓷建材工厂争创驰名形象，周全提升陶瓷建材行业的条理，塑造“淄博陶瓷、当代国窑”的品牌形象。

截至目前，全市医药行业拥有6件驰名形象，陶瓷建材行业、纺织服装行业和机电泵行业各拥有4件驰名形象。这四大行业的驰名形象总数占全市一半以上，有力鼓励了传统优势行业的振兴发展。

### 应答危机的着力点

在国外金融危机面前，对工厂而言，最好的应答措施还是最老例的办法：钻研市场，练好内功，尤其要以品牌理念和诚信建设为魂魄，增强工厂长效核心竞争力。为了接济工厂选择正确的应答之路，淄博市工商局踊跃指导工厂变危机为机遇，创品牌渡难关。

2008年，在家具行业举步维艰的时候，山东凤阳集团销售收入比2007年增长74%。谈到工厂为何能够在峻厉的经济环境下放弃增长态势，该集团董事长寇祖山将劳绩归结为工厂的品牌意识。他认为，对于一些拥有自立知识产权的工厂来说，市场不景气反而显现出品牌优势，消费者认可的还

是过硬的品牌。国外金融危机对工厂来说，是巩固品牌、拓展市场的良机。

和凤阳集团一样，靠品牌实现逆势增长的工厂，在淄博市还有不少。2008年，山东鲁泰纺织股份公司的自立品牌—鲁泰·格蕾芬被国度工商总局认定为驰名形象后，该公司利用品牌效应鼓励销售工作，先后在全国20多个大中城市开设自立品牌专卖店、专柜，完美表里网市场营销策略。在国内纺织行业销售普遍下滑的形势下，客岁底，鲁泰公司自立品牌产物销售收入同比增长30%，出口市场份额占寰球市场的12%~13%。在品牌占的引领下，鲁泰公司的销售业绩不降反升，自立品牌成为应答国外金融危机的“灵丹妙药”。

### 职能转型的突破点

新的发展形势对工商部门如何更好地发挥职能作用提出了新的要求，只有以高效率和高质量的工商行政监管和服务来为经济社会发展营造良好环境，促进工商工厂管理，才能更好地促进工厂发展。“淄博市工商局王传新局长说。为接济工厂实现高端化、精细化、专业化，该局自发探索自身职能转型，规范监管，踊跃服务，赢得了处所政府和广大工厂的一致肯定。

客岁以来，为更好地服务工厂，实现自身的职能转型，该局做深做细形象战略这篇文章，建立健全了一整套规划、建立、保护并举的品牌发展机制。从规划上，他们通过开展“解忧护航促发展”走访工厂活动，发放考察问卷，周全摸清工厂品牌发展需求，制定《全市形象发展工作规划》，使淄博形象数量连年增长。从品牌建立上，淄博市工商局对工厂实行定向培育和引导，对确定的驰名形象、地舆表记证明形象争创对象，由所在区县工商局一把手切身帮扶；对确定的著名形象工厂、有形象申报意愿的工厂，安排专人提供“一对一”贴身帮扶服务，尽快接济工厂走上品牌发展之路。从品牌保护上，该局加大对驰名形象、著名形象的保护力度，对侵权案件多发行业、地域以及“傍名牌”、“搭便车”行为开展专项整治行动，为工厂自立翻新营造良好的环境。这些举措的实验，有效促进了淄博工厂争创品牌的踊跃性，越来越多的工厂走上自立翻新的品牌发展之路。

&#9633;周

琳  
&nbsp;

内容来自网络，如有不妥请告知删除