

日前，在美国《贸易周刊》杂志与国外品牌集团合作发布的“2008寰球最佳品牌排行榜”中，中国品牌无一上榜。而在一项美国的民意考察中，美国民众竟将三星、丰田误认为中国品牌。业内人士认为，这是中国品牌长期积弱的突出表现。品牌将成为中国工厂参与国外竞争所面临的致命“短板”。

中国品牌缺席寰球百强

由美国《贸易周刊》杂志与国外品牌集团合作的“寰球最佳品牌排行榜”自2006年以来连续发布3年，中国品牌在这份寰球百强品牌名单中始终难觅芳踪。2007“寰球最佳品牌排行榜”显示，适口可乐公司以666.67亿美元的品牌价值位居榜首，除美国工厂外，日、德、法等国均有工厂上榜。

改革开放30年来，我国已有170万个品牌，却在寰球品牌百强中没有一席之地，让人有点遗憾。“知名广告传播学者、厦门大学陈陪爱教授说

蓝海国外传播促进会在9月22日公布的美国民意考察中问及：“美国人知道的中国品牌有哪些？”结果显示，42%的人想不就任何中国牌子，大部分被提到的品牌不是中国品牌。三星、丰田、尼桑等竟被不少的受访者误认为是中国品牌。

两个月前，由美国《财富》杂志评选的“本年年度天下500强工厂”名单中，35家中国大工厂赫然入围。个中中国石化、国家电网、中国石油3家位列百强，分别是第16位、第24位和第25位。

我国不缺天下百强工厂，为何没有天下百强品牌？陈陪爱分析，缘由之一是天下百强工厂与百强品牌的评估标准不同。天下百强工厂评估的首要依据是工厂的年销售额，中国石化以1592.6亿美元的年销售额成为活着界500强中排名最靠前的中国工厂，在亚洲仅次于日本丰田公司。“寰球最佳品牌排行榜”评估指标则是“品牌价值”，2008“寰球最佳品牌排行榜”“最低进入门槛为33.38亿美元，我国还无一品牌能够得到“门票”。

品牌弱势将成致命“短板”

业内人士指出，中国品牌的弱势与国度竞争力的逐步增强不能成正比。从国度竞争力发展来看，目前我国的经济总量已升至天下第四位，贸易

总量升至第二位，彩电、洗衣品牌商标转让流程机、冰箱、服装鞋帽等许多达百余类的产物居天下产量第一位。中国品牌弱势如长期延续，将成为中国工厂参与国外竞争的致命‘短板’。‘陈陪爱说。

福建省晋江市素有“中国品牌之都”的美誉，同时晋江也是我国大型制鞋基地之一，每年全国制造的70亿双鞋子中有10亿双来自这里，占天下鞋业总产量的10%以上。晋江一大型制鞋工厂负责人告诉笔者，晋江鞋与美国耐克鞋的制造资本只差几美分，但两者在国外的价格却相差10倍，甚至更大。缘由就是晋江鞋的品牌价值还远不能与耐克鞋相提并论，这种近况将使中国鞋业难以摆脱处于国外产业链底端的困境。“这位负责人说。

中国品牌现在不只难以拓展国外中高端市场，反过来，在国内消费市场，顶级名牌也几乎都被国外品牌所垄断。“福州大学管理学院张炳光教授说。他表示，发达国家对发展中国家不断输出产物、资本和品牌，只动用少量的资源和资金，就利用发展中国家廉价的劳能源和设备，占领发展中国家的广阔市场。

张炳光举例，适口可乐在中国市场占有率逐渐扩大能够证明这一点。上个世纪80年代，适口可乐进入中国消费市场，因其填补相关市场空白而得到巨大胜利。在巨大商机的诱惑下，非常可乐等上百个国产可乐品牌纷纷降生。然而短短几年过后，国产可乐品牌逐一消亡，原有的可乐工厂大多数被适口可乐和百事可乐收购为加工车间。现在，适口可乐又打起了汇源果汁的主意，企图再度垄断中国果汁饮料品牌。

陈陪爱担忧，中国品牌与国外品牌相比较，在知名度和美誉度这两个方面都有很大差距，特别是在美誉度方面。美誉度欠安的重要缘由是产物的公信力不高、稳定性不当以及科技含量空虚。

中国工厂创牌路在何方

一个国度是否拥有国外知名品牌，拥有多少国外知名品牌，能够说现已成为衡量该国经济气力和工厂国外竞争力的重要标记。业内专家指出，我国顿时迈入改革开放30年后的发展新道路，中国工厂应该确立一个新目标—为创造寰球最佳品牌而努力奋斗。

陈陪爱认为，要提高中国品牌活着界上的公信力，首先要以国度的整体力量进行塑造，而非单个工厂所能完成的。国度要通过政策指导和搀扶，鼓励工厂品牌公信力的提高，同时还要增强品牌成长的文明环境建设。

其次，品牌重在“创”。综观天下知名品牌，产物的具体品牌都突出“创”。我国工厂品牌多数是组合式的，并不是“创”出来的，品牌没有良好的基础，是以有量的优势，而没有品牌信誉的优势。最典型的就是，进入“天下500强”的35家中国工厂给人的感觉是一个又一个的行业，将行业内许多“小舢板”工厂捆绑在一起成为“大航母”，而不是一个个的“具体品牌”。“陈陪爱说。

福建柒牌集团总经理洪肇弈认为，工厂创品牌贵在自始至终的努力，并按国外规则打造品牌。如果工厂把创品牌看成是和养猪一样的行为，养大了就卖，见好了就收，不只品牌难以持续发展，更谈不上创造天下级的名牌。”来建强

内容来自网络，如有不妥请告知删除